



UEPB

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA - PRPGP  
COORDENAÇÃO GERAL DOS CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO  
CENTRO DE HUMANIDADES – CAMPUS III – GUARABIRA/PB  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA  
4ª TURMA DE ESPECIALIZAÇÃO:  
GEOGRAFIA E TERRITÓRIO: PLANEJAMENTO URBANO, RURAL E  
AMBIENTAL**

**LINHA DE PESQUISA:  
PLANEJAMENTO TERRITORIAL, URBANO E RURAL**

**A GEOGRAFIA DO COMÉRCIO EM PEQUENAS CIDADES:  
CONSIDERAÇÕES SOBRE A RUA CELSO CIRNE EM SOLÂNEA/PB**

**MARCOS ANTÔNIO DOS SANTOS ALVES**

**GUARABIRA/PB  
2020**

**MARCOS ANTÔNIO DOS SANTOS ALVES**

**A GEOGRAFIA DO COMÉRCIO EM PEQUENAS CIDADES:  
CONSIDERAÇÕES SOBRE A RUA CELSO CIRNE EM SOLÂNEA/PB**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC - MONOGRAFIA) apresentado junto à coordenação do curso da 4ª Turma de Especialização em Geografia e Território: Planejamento Urbano, Rural e Ambiental, da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, através da Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa (PRPGP), em cumprimento aos requisitos necessários para obter o título de Especialista em Geografia. Sob a orientação do Prof. Dr. Luiz Arthur Pereira Saraiva.

**Linha de Pesquisa:** Planejamento Territorial, Urbano e Rural.

**GURABIRA/PB  
2020**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

A342g Alves, Marcos Antonio dos Santos.

A geografia do comércio em pequenas cidades [manuscrito] : considerações sobre a rua Celso Cirne em Solânea/PB / Marcos Antonio dos Santos Alves. - 2020.

78 p. : il. colorido.

Digitado.

Monografia (Especialização em Geografia, Território e Planejamento: Urbano, Rural e Ambiental) - Universidade Estadual da Paraíba, Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa, 2020.

"Orientação : Prof. Dr. Luiz Arthur Pereira Saraiva , Departamento de Geografia - CH."

1. Comércio varejista. 2. Polaridade. 3. Pequenas cidades.  
4. Solânea/PB. I. Título

21. ed. CDD 910

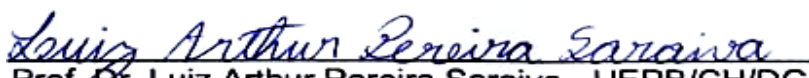
**MARCOS ANTÔNIO DOS SANTOS ALVES**

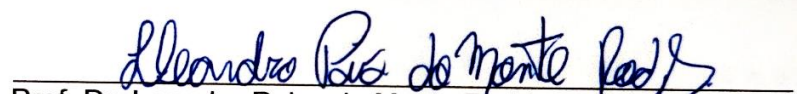
**A GEOGRAFIA DO COMÉRCIO EM PEQUENAS CIDADES: CONSIDERAÇÕES  
SOBRE A RUA CELSO CIRNE EM SOLÂNEA/PB**

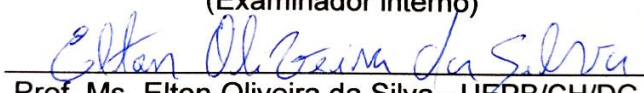
Trabalho de Conclusão de Curso (TCC - MONOGRAFIA) apresentado junto à coordenação do curso da 4ª Turma de Especialização em Geografia e Território: Planejamento Urbano, Rural e Ambiental, da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, através da Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa (PRPGP), em cumprimento aos requisitos necessários para obter o título de Especialista em Geografia. Sob a orientação do Prof. Dr. Luiz Arthur Pereira Saraiva.

Aprovado em: 04 / 12 / 2020

Banca Examinadora

  
Prof. Dr. Luiz Arthur Pereira Saraiva - UEPB/CH/DG  
(Orientador)

  
Prof. Dr. Leandro Paiva do Monte Rodrigues - UEPB/CH/DG  
(Examinador interno)

  
Prof. Ms. Elton Oliveira da Silva - UEPB/CH/DG  
(Examinador interno)

Dedico este trabalho primeiramente à Deus e a todos os familiares, em particular a minha mãe (Maria Eliete dos Santos), irmã (Erika Estefany dos Santos), tia (Edjane da Costa Santos) e namorada (Maria Aparecida Pereira da Silva Sousa) por estarem comigo em todos os momentos e me ajudarem na concretização deste sonho.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus familiares pelos ensinamentos, por sempre acreditarem em mim e estarem ao meu lado nas horas que mais precisei. Vocês são tudo em minha vida, não os esquecerei em momento algum.

A minha namorada, Maria Aparecida Pereira da Silva Sousa, pelo incentivo nos estudos e por vivenciarmos diversos momentos importantes, como a realização dessa conquista.

Ao meu orientador Luiz Arthur Pereira Saraiva pelas reflexões que levarei por toda à vida, pela paciência e por dedicar parte do seu tempo a concretização deste trabalho, direcionando-me e tecendo várias contribuições de extrema relevância.

Aos docentes da 4ª Turma de Especialização em Geografia e Território: Planejamento Urbano, Rural e Ambiental, da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB – que, de forma direta e indireta, ajudaram no meu desenvolvimento enquanto ser humano e profissional durante todo o curso.

A todos os meus colegas de turma, em especial Mariana Moreira Santos, Severino do Ramo Pereira de Lima, Jenifer Freitas Dias, Rafael Maxi de Oliveira Gomes, Jonas Rafael Ferreira do Nascimento, Lindaiane Barbosa da Silva e Patrícia Soares de Meireles pelos momentos de descontração e conhecimentos que compartilhamos juntos ao longo dessa jornada acadêmica.

Aos representantes do poder público, aos consumidores e donos dos estabelecimentos comerciais de Solânea por terem participado desta pesquisa e pela troca de experiências, auxiliando na construção do conhecimento científico. Assim, muito obrigado!

“Se podemos sonhar, também podemos  
tornar nossos sonhos realidade.”

Walt Disney

#### **4ª Turma de Especialização em Geografia e Território: Planejamento Urbano, Rural e Ambiental**

**TÍTULO DO TRABALHO:** A geografia do comércio em pequenas cidades: considerações sobre a rua Celso Cirne em Solânea/PB

**LINHA DE PESQUISA:** Planejamento Territorial, Urbano e Rural

**AUTOR:** ALVES, Marcos Antônio dos Santos

**ORIENTADOR:** Prof. Dr. Luiz Arthur Pereira Saraiva (UEPB/CH/DG)

**EXAMINADOR:** Prof. Dr. Leandro Paiva do Monte Rodrigues (UEPB/CH/DG)

**EXAMINADOR:** Prof. Ms. Elton Oliveira da Silva (UEPB/CH/DG)

#### **RESUMO**

Esta pesquisa discutirá sobre a geografia do comércio em pequenas cidades, tendo como foco a dinâmica comercial de Solânea, localizada no estado da Paraíba. Diante disso, temos como objetivo geral analisar a polaridade exercida por esta cidade, a partir do comércio varejista, que se desdobra nos seguintes objetivos específicos, discutir sobre as principais características socioeconômicas desse município, refletir sobre a relação dessa cidade com as demais que integram a sua área de influência, identificar o perfil dos estabelecimentos comerciais e de seus consumidores na referida cidade, bem como conhecer as ações do poder público municipal para a expansão do comércio de Solânea. Para tanto, foram utilizadas as importantes contribuições de Ortigoza (2010), Gomes (2016), Sposito (2012), Pintaudi (2006), Santos (2013), entre outros autores, o decreto nº 115, que determinou a criação da região geoadministrativa de Solânea, publicado pelo Estado da Paraíba em 21 de janeiro de 2013, os dados da REGIC 2018, divulgada pelo IBGE em 2020, e deste órgão com o IDEME, no ano de 2013. Além disso, foram feitas observações *in loco* dos estabelecimentos comerciais e dos serviços, bem como o registro fotográfico de alguns eventos que consideramos de extrema importância na área central da cidade supramencionada. Por fim, foram aplicados oitenta questionários para os consumidores de Solânea e realizadas entrevistas com nove representantes do poder público municipal, bem como cinquenta e quatro donos de estabelecimentos comerciais da rua Celso Cirne, presente neste município, no segundo semestre de 2020. Verificou-se que esta cidade, mesmo sendo considerada pequena, assim como as demais, tem se destacado em sua região devido ao forte investimento do poder público municipal e estadual, da localização geográfica, dos serviços e, conseqüentemente, do comércio. A partir desses resultados, podemos concluir que o comércio varejista, que é uma das potencialidades de Solânea, vem exercendo forte influência na região, atraindo não só os clientes desta localidade mas, também, das cidades circunvizinhas que veem neste município um importante espaço comercial para o atendimento das suas necessidades como consumidores e seres humanos.

**Palavras-Chave:** Comércio varejista. Polaridade. Pequenas cidades. Solânea/PB.



#### **4th Class of Specialization in Geography and Territory: Urban, Rural and Environmental Planning**

**TITLE OF WORK:** The geography of commerce in small cities: considerations on Celso Cirne street in Solânea/PB

**SEARCH LINE:** Territorial, Urban and Rural Planning

**AUTHOR:** ALVES, Marcos Antônio dos Santos

**GUIDE:** Prof. Dr. Luiz Arthur Pereira Saraiva (UEPB/CH/DG)

**EXAMINATOR:** Prof. Dr. Leandro Paiva do Monte Rodrigues (UEPB/CH/DG)

**EXAMINATOR:** Prof. Ms. Elton Oliveira da Silva (UEPB/CH/DG)

#### **ABSTRACT**

This research will discuss the geography of commerce in small cities, focusing on the commercial dynamics of Solânea, located in the state of Paraíba. In view of this, we have as a general objective to analyze the polarity exercised by this city, from the retail trade, which unfolds in the following specific objectives, discuss about the main socioeconomic characteristics of this city, reflect on the relationship of this city with others that integrate its area of influence, identify the profile of commercial establishments and their consumers in that city, as well as know the actions of the municipal public power for the expansion of Solânea's trade. For this purpose, the important contributions of Ortigoza (2010), Gomes (2016), Sposito (2012), Pintaudi (2006), Santos (2013), among other authors, Decree No. 115, which determined the creation of the geoadministrative region of Solânea, published by the State of Paraíba on January 21, 2013, the data from REGIC 2018, released by IBGE in 2020, and this agency with IDEME, in 2013. In addition, on-site observations of commercial establishments and services were made, as well as the photographic record of some events that we consider of extreme importance in the central area of the city mentioned above. Finally, eighty questionnaires were applied to Solânea's consumers and interviews were conducted with nine representatives of the municipal government, as well as fifty-four owners of commercial establishments on Celso Cirne Street, present in this city in the second half of 2020. It was verified that this city, even being considered small, as well as the others, has stood out in its region due to the strong investment of the municipal and state public power, the geographic location, services and, consequently, commerce. From these results, we can conclude that the retail trade, which is one of Solânea's potentialities, has been exerting a strong influence in the region, attracting not only the customers of this locality but also the surrounding cities that see in this city an important commercial space to meet their needs as consumers and human beings.

**Keywords:** Retail trade. Polarity. Small cities. Solânea/PB.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Rua Celso Cirne, Solânea/PB.....	13
Figura 2 - Principais cidades paraibanas e suas áreas de influência.....	30
Figuras 3, 4 e 5 - Agências bancárias de Solânea/PB.....	35
Figura 6 - Mercado público de Solânea/PB.....	36
Figuras 7, 8, 9 e 10 - Alguns estabelecimentos comerciais da rua Celso Cirne.....	45
Figuras 11 e 12 - Magazine Luiza e Lojas Americanas.....	46
Figuras 13 e 14 - Farmácia tradicional que utiliza o caderno como controle das vendas.....	47
Figuras 15 e 16 - Propaganda de uma loja de sapatos da cidade a partir do carro de som.....	49
Figuras 17, 18 e 19 - Divulgação das lojas para atrair os consumidores na Black Friday.....	52
Figura 20 - Binário de Solânea/PB.....	53
Figuras 21 e 22 - Novos estabelecimentos comerciais em um dos trechos do binário.....	54

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Taxa de urbanização no Brasil por região em 2012.....	19
Tabela 2 - Número de cidades no estado da Paraíba por habitantes em 2010.....	24
Tabela 3 - Cidades mais populosas da Paraíba e suas dimensões territoriais.....	25
Tabela 4 - Histórico da urbanização e do crescimento populacional de Solânea/PB.....	31
Tabela 5 - Participação dos setores econômicos no município de Solânea.....	34

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Regiões geoadministrativas do estado da Paraíba em 2013.....	27
Quadro 2 - Características dos circuitos superior e inferior da economia urbana.....	40
Quadro 3 - Principais características dos estabelecimentos comerciais da rua Celso Cirne.....	46
Quadro 4 - Fluxo de consumo no comércio de Solânea no período de um mês.....	60

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Área de atuação das lojas da rua Celso Cirne, Solânea/PB.....	44
Gráfico 2 - Meios de divulgação dos produtos da loja.....	48
Gráfico 3 - Meses mais favoráveis ao consumo na cidade de Solânea/PB .....	51
Gráfico 4 - Principais dificuldades no comércio de Solânea/PB.....	55
Gráfico 5 - Distribuição por sexo dos consumidores de Solânea/PB .....	56
Gráfico 6 - Faixa etária das pessoas que compram no comércio de Solânea/PB.....	57
Gráfico 7 - Origem das pessoas que compram no comércio de Solânea/PB.....	58
Gráfico 8 - Origem da renda das pessoas que compram no comércio de Solânea/PB .....	59
Gráfico 9 - Período de consumo ao longo do ano .....	60
Gráfico 10 - Atendimento aos diferentes públicos consumidores do comércio de Solânea/PB .....	61
Gráfico 11 - Pontos positivos do comércio de Solânea/PB .....	62
Gráfico 12 - Pontos negativos do comércio de Solânea/PB.....	63
Gráfico 13 - Nível de indicação do comércio de Solânea/PB .....	63

## LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Localização da cidade de Solânea/PB.....	33
---	----

## LISTA DE SIGLAS

CDL - Câmara dos Dirigentes Lojistas

CPRM - Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDEME - Instituto de Desenvolvimento Municipal e Estadual

ICMS - Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e a Prestações de Serviços

ISS - Imposto Sobre Serviços

IPTU - Imposto Predial e Territorial Urbano

RCCF - Rota Cultural Caminhos do Frio

REGIC - Regiões de Influência das Cidades

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>ABORDAGEM TEÓRICA E METODOLÓGICA SOBRE O ESPAÇO URBANO</b> .....	<b>17</b>
2.1	O COMÉRCIO E SUAS RELAÇÕES COM O CAPITALISMO E A CIDADE... 17	
2.2	APROXIMAÇÃO TEÓRICA SOBRE O CONCEITO DE CIDADE PEQUENA E ALGUMAS REFLEXÕES SOBRE ESSE TIPO DE CIDADE NO ESTADO DA PARAÍBA .....	21
<b>3</b>	<b>CARACTERIZAÇÃO GEOECONÔMICA E HISTÓRICA DE SOLÂNEA/PB</b> .31	
<b>4</b>	<b>O COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE SOLÂNEA/PB E SUA INFLUÊNCIA NO ESPAÇO REGIONAL</b> .....	<b>39</b>
4.1	OS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA .....	39
4.2	AS POTENCIALIDADES DE SOLÂNEA E AS ATIVIDADES DO VAREJO NA RUA CELSO CIRNE .....	43
4.3	O COMÉRCIO VAREJISTA DE SOLÂNEA E O PERFIL DE SEU PÚBLICO CONSUMIDOR.....	56
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES GERAIS</b> .....	<b>65</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>67</b>
	<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DESTINADO AOS CONSUMIDORES E AS CONSUMIDORAS DO COMÉRCIO SOLANENSE</b> .....	<b>73</b>
	<b>APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA DESTINADO AOS REPRESENTANTES DO PODER PÚBLICO</b> .....	<b>75</b>
	<b>APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA DESTINADO AOS PROPRIETÁRIOS E PROPRIETÁRIOS DE ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS</b> .....	<b>77</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Na atualidade, são poucas as pesquisas científicas que têm dado ênfase ao estudo das pequenas cidades<sup>1</sup>, que assim como as cidades grandes, têm desempenhado importantes funções e ocupado diferentes papéis na rede urbana de muitos países e, principalmente, do Brasil.

As cidades pequenas, em suma, são plurais. Isso quer dizer que, por um lado temos cidades mais estruturadas que concentram inúmeras indústrias, serviços e expressivas populações. Por outro, cidades que mal tiveram condições de se desenvolver e que, em virtude disso, estão submissas à influência dos grandes centros urbanos.

Diante disso, nos questionamos: o que leva uma cidade pequena a polarizar outras cidades adjacentes, as quais possuem o mesmo nível de classificação?, por que nem todas as cidades pequenas apresentam o mesmo nível de desenvolvimento da sua cidade polo?, o que as pessoas buscam em uma cidade na hora de consumirem produtos e serviços?, e quais são as vantagens locacionais que um estabelecimento comercial procura antes de se instalar em determinada cidade?

Em virtude dessas indagações surgiu a necessidade de pesquisar sobre a cidade de Solânea, no estado da Paraíba que, embora seja pequena, polariza vários municípios circunvizinhos por meio de suas atividades comerciais e serviços oferecidos. A partir de tais informações elencadas, temos como objetivo geral analisar a polaridade exercida por esta cidade sob a ótica da expansão do comércio varejista.

Assim, procuraremos discutir sobre as principais características socioeconômicas do município de Solânea, refletir sobre a relação dessa cidade com as demais que integram a sua área de influência, identificar o perfil dos estabelecimentos comerciais e de seus consumidores na referida cidade, bem como conhecer as ações do poder público municipal para a expansão do comércio na cidade de Solânea.

---

<sup>1</sup> Fresca (2001), por exemplo, defende que pouco se tem discutido sobre a pequena cidade nos estudos urbanos e, principalmente, nos livros didáticos, uma vez que as grandes cidades sempre chamaram a atenção de muitos pesquisadores em decorrência de suas complexidades: diversas indústrias, comércios e serviços.

Para tanto, estudaremos a rua Celso Cirne na cidade de Solânea/PB que, devido a localização geográfica, ao fluxo de pessoas por esta via de acesso e a infraestrutura, concentra um grande número de estabelecimentos comerciais desde o seu processo de formação e tem atraído, ultimamente, a instalação de lojas do ramo varejista, como as Americanas e a Magazine Luiza (figura 1).

Já que estamos diante de um caso específico, a polaridade da cidade de Solânea sob a ótica do comércio e serviços, que permite ao pesquisador estudar um fenômeno de forma aprofundada, classificamos esta pesquisa como sendo um estudo de caso (PRODANOV; FREITAS, 2013). Uma proposta de investigação que, conforme tais autores, desempenha um papel muito importante na construção do conhecimento científico, pois consiste em

coletar e analisar informações sobre determinado indivíduo, uma família, um grupo ou uma comunidade, a fim de estudar aspectos variados de sua vida, de acordo com o assunto da pesquisa. É um tipo de pesquisa qualitativa e/ou quantitativa, entendido como uma categoria de investigação que tem como objeto o estudo de uma unidade de forma aprofundada, podendo tratar-se de um sujeito, de um grupo de pessoas, de uma comunidade etc (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 60).

Como o estudo de caso permite a discussão de temas variados, conforme Prodanov; Freitas (2013), adotamos uma abordagem qualitativa que leva em consideração discussões pautadas em subjetividade, que qualificam à natureza e à essência da dinâmica comercial de Solânea. Assim, ao destacar sobre o uso da abordagem qualitativa nos trabalhos científicos,

o pesquisador não deve se preocupar em apenas escolher entre um método ou outro, mas em utilizar a(s) abordagem(ns) que o faça(m) alcançar seu(s) objetivo(s), com criatividade, responsabilidade e rigor científico. Afinal, a pesquisa qualitativa demonstra, ao longo dos anos, as suas inquestionáveis contribuições e dá asas àqueles que ensinam, aprendem, criam e recriam histórias e ciências (BRASIL et al, 2018, p. 25).

Tomando como base a abordagem qualitativa, também adotamos o método fenomenológico de Edmund Husserl que, atualmente, vem se consolidando em muitas pesquisas ligadas à ciência geográfica. Dado que esse meio investigativo, ao contrário de outros, busca compreender a essência dos fenômenos em sua totalidade, a partir das experiências subjetivas e perceptivas dos indivíduos (NASCIMENTO; COSTA, 2016).

Figura 1 – Rua Celso Cirne, Solânea/PB  
Rua Celso Cirne, Solânea/PB



Fonte: Google Earth, 2020.

Método que coloca o pesquisador na condição de privilegiado na leitura do espaço a sua volta, ou melhor, que atribui ao geógrafo a responsabilidade de “interpretar todo o jogo complexo de analogias, de valores, de representações e de identidades que figuram neste espaço” (GOMES, 2016, p. 312).

Enquanto categoria, a partir do método fenomenológico, nos preocupamos em discutir sobre o Espaço Geográfico e, em particular, o espaço comercial de Solânea que, nesta ocasião, concentra inúmeros estabelecimentos comerciais e utilizam das mais variadas simbologias para atrair consumidores desta cidade e de outras localidades circunvizinhas.

A simbologia é uma construção social atrelada aos significados que atribuímos a algo, como o comércio de Solânea. É por meio dela que os espaços ganham importância para a sociedade, em decorrência de suas mediações culturais e sociais (SALGUERO; CACHINHO, 2009).

O estudo da simbologia evidencia que os espaços comerciais não estão submetidos apenas às influências dos produtos que estão dispostos nas lojas e suas adjetivações, como se imaginava durante muito tempo, mas também aos significados que condicionam o comportamento humano para aquisição dessas mercadorias (SALGUERO; CACHINHO, 2009).

Ortigoza (2010), ao comentar sobre as mudanças promovidas pelo modelo de produção Toyotista, bem como seus impactos na revolução cultural da sociedade e nos espaços comerciais, afirma que os investimentos em novas tecnologias acarretaram a

generalização da mercadoria e o crescente desenvolvimento da técnica, em todas as esferas do processo produtivo, redefiniram o movimento da vida e criaram o consumo compulsivo, que nos dias de hoje parece natural e indispensável e, cada vez mais, regula as necessidades sociais (ORTIGOZA, 2010, p. 24).

Como resultado, as pessoas têm consumido um número maior de mercadorias em diversas partes do mundo que, por sua vez, “permitem novos fluxos, encontros e desencontros no cotidiano e no espaço. A troca passa a ser o sentido e o fim de tudo, porque o valor de troca passa a subordinar a si todos os momentos da vida” (ORTIGOZA, 2010, p. 24).

Contudo, tais fenômenos não ocorrem da mesma forma e intensidade em todos os espaços. É preciso investigarmos cada realidade, uma vez que



Solânea, assim como outros municípios, apresenta singularidades enquanto espaço urbano e, principalmente, no que se refere à dinâmica comercial estabelecida sobre esta cidade.

Quanto aos procedimentos metodológicos, utilizamos na pesquisa informações provenientes de referenciais bibliográficos, legislação estadual da Paraíba, dados estatísticos, pesquisa de campo, questionários e entrevistas, que em suma, compreendem a “espinha dorsal” desta investigação científica.

No que tange aos referenciais bibliográficos, foram valiosas as contribuições de Oliveira (2005), Silveira (2015), Sposito (2012), Santos (2013), entre outros autores. A partir de tais fundamentos, discutimos sobre a inserção do comércio e dos serviços no terceiro setor da economia, a concepção de cidade pequena, as principais características das cidades paraibanas e, sobretudo, da cidade Solânea.

No que concerne à legislação, analisamos o decreto nº 115 que determinou a criação da região geoadministrativa de Solânea, publicado pelo Estado da Paraíba em 21 de janeiro de 2013. O mesmo reúne um conjunto de municípios que integram a sua cidade polo e nos foi de extrema importância para compreensão da dinâmica comercial desenvolvida sobre este espaço.

Quanto aos dados estatísticos, foram utilizadas informações do Censo de 2010 e da REGIC 2018 (Regiões de Influência das Cidades), divulgadas pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), respectivamente, nos anos de 2010 e 2020, e deste órgão em parceria com o IDEME (Instituto de Desenvolvimento Municipal e Estadual), publicado em 2013. Além de outros dados complementares, importantes para a discussão desta temática de estudo.

Vale ressaltar também que, no segundo semestre de 2020, foram realizadas pesquisas de campo na cidade de Solânea. Na ocasião, fizemos um conjunto de observações *in loco* dos estabelecimentos comerciais e dos serviços, bem como o registro fotográfico de alguns eventos que consideramos de extrema importância na área central da cidade supramencionada.

Nesse mesmo período, também foram realizadas entrevistas com nove representantes do poder público, entre eles: sete vereadores, o secretário de indústria, comércio e turismo dessa cidade e o chefe do poder executivo municipal, com a finalidade de conhecermos as principais ações que este grupo tem promovido para comércio local, e com cinquenta e quatro

donos/representantes dos estabelecimentos comerciais da rua Celso Cirne, com o objetivo de identificar e caracterizar o perfil comercial dessa localidade.

Além disso, foram aplicados oitenta questionários destinados as pessoas que consomem ativamente no comércio de Solânea, sendo quarenta desta cidade e quarenta de municípios adjacentes (vinte e três quando visitavam esta localidade e dezessete a partir das redes sociais, de modo a concluir o universo amostral que não foi viável neste município em decorrência da pandemia da COVID-19), com a intenção de conhecer e caracterizar o perfil desse público consumidor.

Como resultado, ao final deste trabalho, estruturamos a pesquisa em 4 momentos. No segundo capítulo, destaca-se as discussões teórico-metodológicas ligadas ao objeto de estudo. No próximo, temos algumas características geoeconômicas e históricas de Solânea. No penúltimo, aprofunda-se as informações da pesquisa com a introdução dos conceitos de circuito superior e inferior da economia, proposto por Milton Santos na década de 1970 e complementado por outros autores na atualidade, bem como a análise e a discussão dos resultados adquiridos através da execução dos procedimentos metodológicos. E por fim, apresenta-se as considerações gerais.

## 2 ABORDAGEM TEÓRICA E METODOLÓGICA SOBRE O ESPAÇO URBANO

### 2.1 O COMÉRCIO E SUAS RELAÇÕES COM O CAPITALISMO E A CIDADE

O comércio é uma atividade essencialmente humana que, desde os primórdios, tem sido muito importante para sustento e atendimento das necessidades básicas da população. Embora associamos essa prática simplesmente ao ato de vender e consumir determinada mercadoria, o mesmo também incorpora a prestação de serviços, que se manifesta através da imaterialidade<sup>2</sup> (ALMEIDA et al, 2013).

Assim, essa atividade é “[...] essencialmente troca, troca econômica, compra e venda de bens, serviços e/ou valores por outros bens, serviços e/ou valores, intermediada hoje em dia, em sua quase totalidade, pela moeda ou documento que a represente” (BRASIL, 2000, p. 4).

O comércio e a prestação de serviços são atividades específicas do terceiro setor da economia mundial, ao contrário dos setores primário (agropecuária/extrativismo) e secundário (indústria/construção civil). Signor; Marin (2011, p. 9) destacam que o “setor terciário é determinado por outras atividades que não se referem à produção de bens materiais, mas à de bens imateriais, onde se enquadram os serviços em geral: comércio, transportes, comunicação, manutenção etc”.

As atividades comerciais são difundidas em muitas cidades após a implantação do capitalismo no século XV, quando ocorreram profundas mudanças na ordem tecnológica, produtiva e nas relações de trabalho. Essas transformações foram muito importantes para o referido sistema socioeconômico em processo de gestação, pois possibilitaram a formação de duas classes distintas: os comerciantes, uma classe hegemônica que centralizava os lucros advindos de suas atividades e os assalariados, que passaram a receber uma remuneração e consumir produtos por meio desta (OLIVEIRA, 2005).

---

<sup>2</sup> Durante muito tempo, acreditava-se que as relações estabelecidas em torno do comércio estavam associadas apenas ao consumo de mercadorias, ou seja, àquilo que é palpável, que de um lado, temos um produto e, do outro, uma moeda física. Mesmo existindo pessoas que ainda compreendem tais mediações a partir do senso comum, as relações comerciais mudaram, tornando-se também imateriais ao incluir novas possibilidades de pagamento (cartão e Bitcoin) e serviços, que são oferecidos à sociedade e percebidos por esta, no entanto sem a mesma materialidade dos produtos, como ocorre na aquisição de um serviço bancário (ALMEIDA et al, 2013).

A expansão das atividades comerciais pelos centros urbanos também incentivou o surgimento de diversos serviços para a população a partir do século XVII, sendo até alvo das primeiras investigações científicas que frisavam a importância desse seguimento para o crescimento econômico mundial. Contudo, ainda centralizado em uma visão material e econômica, diferentemente da concepção que existe na atualidade, que além de incluir essas noções, destacam o seu caráter imaterial (bem-estar ou utilidade) e o inclui no setor terciário da economia. Em relação ao estágio de desenvolvimento das atividades capitalistas, Silva (2009) destaca que

os estudos estavam mais voltados para a produção de bens e mercadorias tangíveis e persistia no pensamento econômico a influência da visão, mesmo paulatinamente contestada, de que a geração de riqueza envolvia necessariamente uma base material – ou seja, era preciso um produto tangível que a armazenasse e transportasse valor econômico. Assim, os serviços, à época entendidos como exclusivamente intangíveis, mantinham-se inicialmente em segundo plano no debate teórico (SILVA, 2009, p. 13).

Além de estratificar as camadas sociais e estimular a expansão dos serviços em muitas cidades, o comércio interligou pessoas de diferentes localidades durante o período das Grandes Navegações (entre os séculos XV e XVII), caracterizado pela colonização de novos territórios, o uso de metais preciosos, como moeda de troca, bem como a ampliação das relações comerciais entre os povos dos continentes europeu e asiático, dando início ao processo de globalização (SILVEIRA, 2015).

As necessidades de conquistar novos espaços e explorar riquezas, impostas pelo capitalismo, incentivaram o processo de ocupação do espaço brasileiro pelo litoral, o estabelecimento de atividades comerciais nas proximidades dos portos e, conseqüentemente, a formação das primeiras cidades, que tinham “uma rede urbana como consequência da estrutura do mercado que é essencialmente voltado para fora” (FREITAS, 2010, p. 126).

A criação de atividades econômicas, a partir do século XVII, teve um papel significativo no processo de interiorização do território brasileiro. Com a difusão da pecuária, por exemplo, houve a criação de novas cidades além dos limites litorâneos, bem como a construção de vias de acesso para a circulação de pessoas, mercadorias e comunicação com o norte e o nordeste do estado baiano, por onde eram conduzidos os rebanhos de bovinos (FREITAS, 2010).

Segundo Fausto (2013), apesar desses avanços promovidos pela pecuária, foi a atividade cafeeira que impulsionou e diversificou a economia do Brasil entre as últimas décadas do século XIX e 1930. A partir do momento que, em decorrência da Crise de 1929, as regiões Sul e Sudeste sentiram o impacto da centralização dessa atividade e investiram em outros seguimentos, como a indústria e a prestação de serviços.

Os negócios do café lançaram as bases para o primeiro surto da indústria por várias razões: em primeiro lugar, ao promover a imigração e os empregos urbanos vinculados ao complexo cafeeiro; em segundo lugar, ao promover o investimento em estradas de ferro, ampliaram e integraram esse mercado; em terceiro lugar, ao desenvolver o comércio de exportação e importação, contribuíram para a criação de um sistema de distribuição de produtos manufaturados. Por último, lembramos que as máquinas industriais eram importadas e a exportação do café fornecia os recursos em moeda estrangeira para pagá-las (FAUSTO, 2013, p. 247).

A união de investimentos (estatal, privado nacional e privado internacional) para a implantação de indústrias e demais seguimentos no Brasil, entre 1930 e 1950, possibilitou a ascensão econômica de diversas cidades que integram os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, a partir do momento que a Divisão Internacional do Trabalho, baseada nos interesses capitalistas, impôs diferentes papéis e funcionalidades às cidades da rede urbana brasileira (SANTOS, 2013).

São Paulo, uma das cidades da região Sudeste, é um exemplo disso ao concentrar um grande número de indústrias, serviços, atividades comerciais tradicionais e avançadas, bem como um expressivo mercado consumidor, que incorpora boa parte dessas demandas oferecidas, desempenhando relevantes papéis na rede urbana brasileira.

A concentração dessas atividades tem atribuído não só a São Paulo, mas também a outras cidades que integram a sua região altas taxas de urbanização, possibilitando a estas maiores graus de influência no comércio internacional, nacional e regional (tabela 1).

Tabela 1 - Taxa de urbanização no Brasil por região em 2012

Região do Brasil	Taxa de urbanização (%)
Sudeste	93,2
Centro-Oeste	90,1
Sul	85,2
Norte	75,3
Nordeste	73,4

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2012.

Embora as taxas de urbanização da região Sudeste reflitam sobre um dado mais recente, que é de 2012, pouco se mudou em relação aos seus percentuais, pois esta região ainda concentra um grande número de habitantes desde 1950 e atrai pessoas de diferentes localidades em decorrência do pioneirismo industrial, comércio e serviços (SUCUPIRA et al, 2012).

A partir dos anos 1950, o país registrou intenso fluxo de migração da região **Nordeste para o Sudeste**, que vivia o período da industrialização e atraía muita mão de obra. O chamado êxodo rural intensificou-se nesse período, quando grande parte da população que vivia no campo teve que buscar alternativas na cidade. Isso gerou uma grande concentração da população brasileira nos grandes centros urbanos (SUCUPIRA et al, 2012, p. 19, grifo do autor).

Se por um lado, a Divisão Internacional do Trabalho possibilitou ascensão econômica de grandes cidades ao receberem uma série de políticas governamentais, como ocorreu em São Paulo, por outro, a escassez dessas acarretou impactos mais severos à vida das pequenas cidades a partir dos anos 1970, momento em que as atividades do setor terciário ganham notoriedade (GOMES, 2012). Como resultado, as cidades pequenas vivenciaram uma fragmentação das estruturas sociais, associada

ao desmembramento das formas de organização do mercado de trabalho, fazendo surgir formas precárias de atividades produtivas e de trabalho, seguidas da diminuição de emprego padronizado, revelando, dessa forma, o aprofundamento das desigualdades sociais e econômicas que historicamente fazem parte da realidade desse país (GOMES, 2012, p. 130).

Como resposta à essa realidade, o setor popular da economia ou setor informal tem sido uma alternativa de trabalho para muitas pessoas, em especial, àquelas que ficaram desempregadas recentemente. Em virtude das condições de vulnerabilidade social que se encontram, suas atividades são desenvolvidas sem nenhum vínculo empregatício formalizado, seja pela falta de qualificação ou inviabilidade de competição com seguimentos que possuem maiores condições. Sobre a informalidade no setor terciário, Diniz (2004, p. 51) afirma que

o problema do desemprego nas cidades contribuirá, portanto, para o crescimento das atividades do setor popular da economia, com destaque ao pequeno comércio, sobretudo, do comércio *informal*, a atividade dos ambulantes, dos camelôs, nas calçadas das ruas centrais das cidades (DINIZ, 2004, p. 51).

Sem a implantação de políticas governamentais que também beneficiem as pequenas cidades e, sobretudo, gerem empregos para as pessoas, o comércio popular continuará a se expandir, uma vez que as pequenas cidades não possuem condições de competir economicamente com grandes centros urbanos, pois muitas delas produzem mais despesas do que créditos, e sem as oportunidades de serviços formais, as pessoas conseguem poucos recursos e ficam limitadas a consumirem determinados produtos, impactando na economia local.

Assim, para que possamos compreender estas e outras situações envolvendo a dinâmica do comércio varejista nas pequenas cidades, que pouco vem sendo trabalhadas, esclareceremos no tópico seguinte algumas terminologias envolvendo esse tipo de cidade, bem como as suas principais características no estado da Paraíba.

## 2.2 APROXIMAÇÃO TEÓRICA SOBRE O CONCEITO DE CIDADE PEQUENA E ALGUMAS REFLEXÕES SOBRE ESSE TIPO DE CIDADE NO ESTADO DA PARAÍBA

Definir o significado de cidade não é uma tarefa fácil a partir da atividade comercial (VASCONCELOS, 2015). Primeiro, porque o comércio provocou inúmeras mudanças nos espaços urbanos ao longo do tempo, e ainda continua nos dias atuais, como vimos no tópico anterior. Segundo, porque tal definição sempre se baseou em critérios isolados, nos quais a sociedade leva em consideração diferentes percepções na leitura desse espaço.

Assim, há quem as vejam por meio de dois principais critérios: quantitativo (como um conjunto de casas, equipamentos urbanos e número de habitantes) e qualitativo (a exemplo dos serviços, grau de influência, relações sociais e de identidade, ou seja, subjetivações que são desenvolvidas diariamente no espaço urbano).

Para Rolnik (1995, p. 13), por exemplo, a “cidade é antes de mais nada um ímã, antes mesmo de se tornar local permanente de trabalho e moradia”. Em outras palavras, uma visão mais subjetiva, pois a mesma é entendida como um espaço de encontro para eventual atividade, no qual ganhou outros significados com o passar do tempo.

Diferentemente do conceito atribuído pelo IBGE, que a define como a localidade sede da prefeitura municipal, ou melhor, o espaço que existe por questões político-administrativas, mas não por seu porte físico, quantidade de habitantes ou melhores serviços.

Complementando as ideias de Rolnik (1995) e do IBGE, Carlos (2018) defende que a cidade é o espaço das coisas concretas e abstratas. Assim, deve-se pensar a cidade não apenas como um conjunto de casas, prédios, ruas e lojas mas, também, pelo contexto do não visível, ou seja, das relações, identidades, conflitos, entre outros. Uma perspectiva diferenciada de ver a cidade e que pouco vem sendo trabalhada, uma vez que é “raro emergirem associações vinculadas a sentimentos e emoções que permeia as relações humanas. A forma domina, predomina, esmaga os seres humanos como as grandes construções religiosas” (CARLOS, 2018, p. 12).

Além da concepção de cidade em sentido amplo, nota-se também a expressão cidade pequena que, apesar de ter aparecido no Brasil a partir da década de 1970, ainda é pouco estudada pela comunidade científica nos dias atuais (FRESCA, 2001). Em decorrência disso, existem mais pesquisas voltadas às cidades médias do que às cidades pequenas. Essa realidade impacta até mesmo na concepção deste tipo de cidade, tendo que se submeter, muitas vezes, à definição de cidades maiores para compreendê-las (FARIAS, 2013).

As dimensões físicas do lugar e o quantitativo populacional foram as primeiras variáveis utilizadas na definição de cidade pequena, pelo menos nos levantamentos iniciais, isso porque o número de habitantes se relaciona com o processo de urbanização, presente nas primeiras cidades ao longo do tempo e, principalmente, na atualidade (MAIA, 2010). Diante disso, as primeiras cidades denominadas de pequenas estruturaram-se a partir do critério demográfico, uma forma de compreender a cidade por meio do quantitativo populacional que ela possui, ou melhor, um valor específico de habitantes (VIEIRA; NUNES; GUIMARÃES, 2010).

Assim, são consideradas cidades pequenas para o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) aquelas que apresentam uma população inferior a 100.000 habitantes (FRANÇA, 2007). Fresca (2001) trabalha com outra linha de raciocínio, alegando que são aquelas que possuem um número abaixo de 50.000 habitantes. Apesar de ter sido muito importante a inclusão das cidades



pequenas nos estudos urbanos e, mais do que isso, sua definição a partir do quantitativo populacional, tal critério não foi suficiente para compreendê-las por completo, uma vez que era impossível conceber toda dinâmica das cidades pequenas a partir de uma simples variável (COSTA; RODRIGUES, 2015).

Fresca (2001, p. 28), por exemplo, orienta que ao estudar as cidades por meio do critério demográfico, “deve-se ter o entendimento do contexto socioeconômico de sua inserção como eixo norteador de sua caracterização como forma de evitar equívocos e igualar cidades – com população similares – que em essência são distintas”.

Uma resposta para esta dificuldade teórico-metodológica foi a valorização da relevância regional nos estudos das pequenas cidades (VIEIRA; NUNES; GUIMARÃES, 2010), critério que priorizava a influência das mesmas à sua volta, fator que não recebem importância na primeira classificação, pautando-se assim, na

forma como as cidades interagem e se inter-relacionam com outras ao seu redor, com suas semelhantes e com suas metrópoles. Nesse critério, é fundamental a compreensão da rede urbana. As cidades médias seriam aquelas que estariam em um nível cujo oferecimento de serviços, produtos e capacidade de oferecer empregos influenciassem o direcionamento de fluxos que deixam de ser dirigidos para as metrópoles, estabelecendo-se centros de atração (VIEIRA; NUNES; GUIMARÃES, 2010, p. 61).

Embora as cidades médias tenham um poder centralizador em torno da região em que se encontram, devido à diversidade dos seus produtos e a qualidade dos seus serviços oferecidos, conforme o referido autor, há casos em que cidades pequenas também exercem esta polaridade. Quando apresentam, segundo Fresca (2001, p. 31), “importantes unidades e setores industriais, ao mesmo tempo em que estabelecem diariamente contatos comerciais diversos entre indústrias e mercado consumidor localizado tanto no país quanto no exterior”.

Isto ocorre devido à estruturação do espaço regional por meio do “deslocamento das informações, da energia, do capital constante e das mercadorias em geral” (VILLAÇA, 2001, p. 20). Contudo, tal critério ainda limita a concepção de cidade pequena, pois não inclui a demografia em sua análise e, mais do que isso, despreza a dinâmica que há em espaços intra-urbanos, estes estruturados

fundamentalmente pelas condições de deslocamento do ser humano, seja enquanto portador da mercadoria força de trabalho – como no deslocamento de casa para o trabalho – seja enquanto consumidor – reprodução da força de trabalho, deslocamento casa-compras, casa-lazer, escola, etc (VILLAÇA, 2001, p. 20).

Nesse sentido a pequena cidade é compreendida a partir da sua dinâmica interna, sobretudo, no que se refere a sua mão de obra e ao seu mercado consumidor, diferentemente do critério da relevância regional, que tem como foco as dinâmicas não humanas desta localidade com o seu entorno. Assim, ambos se relacionam, mas se distinguem na forma de ler e compreender a cidade (VILLAÇA, 2001).

Apesar de existirem diversas percepções de cidade pequena, a depender do critério que é utilizado, tal definição não deve se restringir apenas a uma variável. Pelo contrário, deve-se basear no maior número de fontes possíveis (demográficas, influências regionais, dinâmicas intra-urbanas, entre outros), de modo a superar sua visão parcial na qual encontra-se enraizada desde as primeiras interpretações ligadas a esse tipo de cidade.

Mediante o exposto, os municípios paraibanos também obedecem a mesma lógica de criação das demais cidades brasileiras, fundamentadas no critério político-administrativo (IBGE, 2013)<sup>3</sup>. Em decorrência dessa metodologia adotada pelo IBGE, a Paraíba possui cerca de 223 cidades com quantitativos populacionais diversificados (tabela 2).

Tabela 2 - Número de cidades no estado da Paraíba por habitantes em 2010

Nº de cidades com população superior a 700 mil habitantes	Nº de cidades com população entre 100 e 400 mil habitantes	Nº de cidades com população entre 50 e 100 mil habitantes	Nº de cidades com população entre 20 e 50 mil habitantes	Nº de cidades com população entre 20 e 10 mil habitantes	Nº de cidades com população inferior a 10 mil habitantes
1	3	6	20	56	137

Fonte: IBGE, Resultados do Censo, 2010.

Desse total, conforme a tabela acima, percebe-se que cerca de 137 cidades possuem uma população inferior a 10 mil habitantes. Por outro lado, apenas a cidade de João Pessoa possui uma população superior a 700 mil

<sup>3</sup> ATLAS do Censo Demográfico 2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2013, p. 160.

habitantes. Esses dados evidenciam que, no estado da Paraíba, há um predomínio de cidades pequenas com baixa concentração populacional, diferentemente da capital paraibana, que apresenta grande dimensão física e expressiva população.

Apesar de existirem muitas cidades pequenas no estado da Paraíba, são os grandes centros urbanos que concentram um grande número populacional em decorrência de suas indústrias, comércios e serviços diversificados (tabela 3). Com exceção de Bayeux, que embora seja a 5<sup>o</sup> cidade mais populosa, possui uma pequena dimensão territorial. Destaca-se, ainda, que das seis cidades mais populosas, três se encontram na Zona da Mata (João Pessoa, Santa Rita e Bayeux), uma no Agreste (Campina Grande) e duas no Sertão (Patos e Sousa).

Tabela 3 - Cidades mais populosas da Paraíba e suas dimensões territoriais

<b>Cidades</b>	<b>População</b>	<b>Área</b>
João Pessoa	723.514 habitantes	211,5 km <sup>2</sup>
Campina Grande	385.276 habitantes	594,2 km <sup>2</sup>
Santa Rita	120.333 habitantes	726,8 km <sup>2</sup>
Patos	100.695 habitantes	473,1 km <sup>2</sup>
Bayeux	99.758 habitantes	32 km <sup>2</sup>
Sousa	65.807 habitantes	738,5 km <sup>2</sup>

Fonte: IBGE, Resultados do Censo, 2010.

Esta desigual distribuição populacional entre cidades do litoral e interior da Paraíba, em primeiro lugar, está condicionada aos fatores naturais e históricos, uma vez que as cidades litorâneas apresentam um clima agradável que favorece a vivência humana, o desenvolvimento de atividade agrícolas e o lazer, ao contrário de algumas cidades do interior. Além disso, são cidades que guardam heranças da colonização e geraram não somente renda para a população local mas, sobretudo, estimularam a formação dos primeiros adensamentos humanos (DAMIANI, 2017).

Contudo, tais fatores não são os únicos, as questões socioeconômicas também têm sido decisivas para a concentração da população no litoral e, mais ainda, no interior. Campina Grande, por exemplo, é considerada um polo centralizador que além de conter universidades e indústrias de variados seguimentos, possui aproximadamente 400 mil habitantes. Dados do IDEME/IBGE (2013, p. 4) apontam que

o município de Campina Grande é o maior centro econômico do interior do estado em decorrência, principalmente, das atividades de comércio, pois se caracteriza como entreposto distribuidor para diversas cidades do Estado da Paraíba e da Região Nordeste. Outro aspecto para o desenvolvimento desse município é a atividade educacional de nível superior, tanto pública quanto privada, uma vez que sedia uma universidade estadual, uma federal e outras particulares. Destacam-se também dois importantes polos tecnológicos, um na área de couro e calçados e outro no ramo da tecnologia da informação. O setor Secundário, desse município, corresponde à segunda maior participação no Valor Adicionado Bruto do próprio município e também do estado, isso é atribuído principalmente à Indústria de Transformação (indústrias de calçados, têxteis, vestuário e alimentos).

O mesmo órgão também reconhece a importância de Santa Rita no cenário local, sendo considerada

a quarta maior economia do estado, cujo valor do PIB registrou no período 2013/2012 uma variação nominal de 13,4%, que em termos monetários passou de R\$ 1,669 bilhão para R\$ 1,892 bilhão, em 2013. Com esse desempenho sua participação no PIB estadual aumentou de 3,9% para 4,1%. O referido município possui sua base produtiva centrada nos setores Serviços e Industrial que, em 2013, representaram participações de 57,1% e 38,9%, respectivamente na composição do Valor Adicionado Bruto municipal (IDEME; IBGE, 2013, p. 5).

A concentração populacional e o forte crescimento econômico de cidades, como Campina Grande e Santa Rita, são reflexos da execução de algumas políticas adotadas no estado da Paraíba, nas quais o público e o privado promoveram uma série de investimentos, principalmente nas cidades de grande porte, de modo a alavancar setores mais dinâmicos da economia como indústria, agricultura, comércio e serviços (PARAÍBA, 2002).

Tais ações, ao mesmo tempo que centralizaram investimentos nas cidades grandes, contribuíram para o esquecimento das cidades pequenas. Como resultado, temos a ampliação das desigualdades territoriais no estado da Paraíba, uma configuração na qual existem cidades que mandam e cidades que obedecem (SANTOS; SILVEIRA, 2013).

Nesse sentido, se as cidades são dotadas de maiores tecnologias, melhores serviços e variadas opções de produtos, elas têm maior influência em sua região, portanto, dominam. Por outro lado, se não apresentam tais características, as mesmas não são polarizadoras, logo, são dominadas (SANTOS; SILVEIRA, 2013).

A centralidade ou dependência de algumas cidades na sua rede pode ser compreendida sobre a lógica dos processos de territorialização, como o território-zona e o território-rede. Neste, por exemplo, as cidades são mais abertas aos investimentos das grandes empresas e do Estado, tornando-se assim multifuncionais e independentes. Naquele, pelo contrário, a escassez de investimentos ou até mesmo o interesse de gerar a dependência estatal nessas áreas, faz com que as mesmas apresentem poucas funcionalidades (HAESBAERT, 2007). O mesmo autor argumenta que

nas sociedades ditas “de controle” ou, para nós, de “segurança” (e, para outros, num outro sentido, “pós-modernas”), vigora o controle e/ou a contenção da mobilidade, dos fluxos (redes) e, conseqüentemente, das conexões – o território passa então, gradativamente, de um território mais “zonal” ou de controle de áreas (lógica típica do Estado-nação) para um “território-rede” ou de controle de redes (lógica típica das grandes empresas) (HAESBAERT, 2007, p. 28).

Assim, o reconhecimento e a criação de regiões geoadministrativas pelo estado da Paraíba, que é uma prerrogativa dada não só a este, mas a todos os estados brasileiros a partir da Constituição de 1988, nos mostra parte da influência social, política e econômica que cidades mais estruturadas desenvolvem na rede urbana do estado (quadro 1).

Quadro 1 - Regiões geoadministrativas do estado da Paraíba em 2013

Cajazeiras	Itabaiana	Patos
Campina Grande	Itaporanga	Pombal
Catolé do Rocha	João Pessoa	Princesa Isabel
Cuité	Mamanguape	Solânea
Guarabira	Monteiro	Sousa

Fonte: IDEME-PB/IBGE, nota técnica do PIB dos municípios da Paraíba, 2013.

Percebe-se que das 223 cidades paraibanas, conforme o quadro 1, apenas 15 municípios são polarizadores no referido estado por apresentarem melhores condições logísticas, diversos serviços e atividades comerciais (NASCIMENTO; MARQUES; SANTOS, 2016). A criação desses polos municipais é fruto de interesses do estado, que visa um maior controle sobre as unidades político-administrativas que integram o seu território, de modo a centralizar recursos em cidades específicas, já que não é possível investir em todas ao mesmo tempo, e de evitar o deslocamento de pessoas desta região para espaços mais distantes que, por ventura, oferecem serviços e produtos mais diversificados.

Para Farias (2013), em um dos poucos estudos acerca da centralidade de algumas cidades paraibanas, assim como as contribuições de Nascimento; Marques; Santos (2016), a região geoadministrativa de Mamanguape também polariza outras cidades adjacentes, principalmente, após a instalação do Campus IV da UFPB, que atraiu inúmeros habitantes em busca de qualificação profissional.

As modificações presentes não só nas regiões geoadministrativas de Guarabira e Mamanguape, mas também em todas as demais do Estado da Paraíba, são consequências da modernização tecnológica iniciada na década de 1970 que ao contrário de homogeneizar as cidades, ajudou a diferenciá-las (CORRÊA, 2011). O mesmo autor aponta que nestas

transformações atuaram tanto processos gerais, ocorrendo desigualdade no espaço e no tempo, como as pequenas cidades apresentavam algumas heranças e potencialidades, que foram retomadas e efetivadas por grupos locais ou empresas externas, que geraram uma reinserção delas na rede urbana em mutação (CORRÊA, 2011, p. 6).

Assis (2005), complementando a ideia defendida por Corrêa, aponta que a modernização tecnológica é fruto da globalização, processo que, por um lado, facilitou o acesso de pessoas das cidades pequenas às cidades grandes devido à melhoria dos transportes, por outro, comprometeu as cidades pequenas que não tiveram condições de se inserir nesse processo, predominando atividades tradicionais.

A influência das cidades paraibanas é identificada não somente através do reconhecimento e criação das regiões geoadministrativas pelo Estado mas, também, por meio de pesquisas mais específicas do IBGE, como os levantamentos sobre as Regiões de Influência das Cidades – REGIC, que reúne informações acerca do “deslocamento dos habitantes no território em busca dos centros urbanos ofertantes de bens e serviços, com os dados secundários levantados sobre a hierarquia dos centros e as ligações imateriais entre as cidades, obtidas através de questionários aplicados nos municípios brasileiros” (REGIC, 2020, p. 9). Por meio do levantamento desses dados,

as cidades brasileiras foram classificadas, hierarquicamente, a partir das funções de gestão que exercem sobre outras cidades, considerando tanto seu papel de comando em atividades empresariais quanto de gestão pública, e, ainda, em função da sua atratividade para

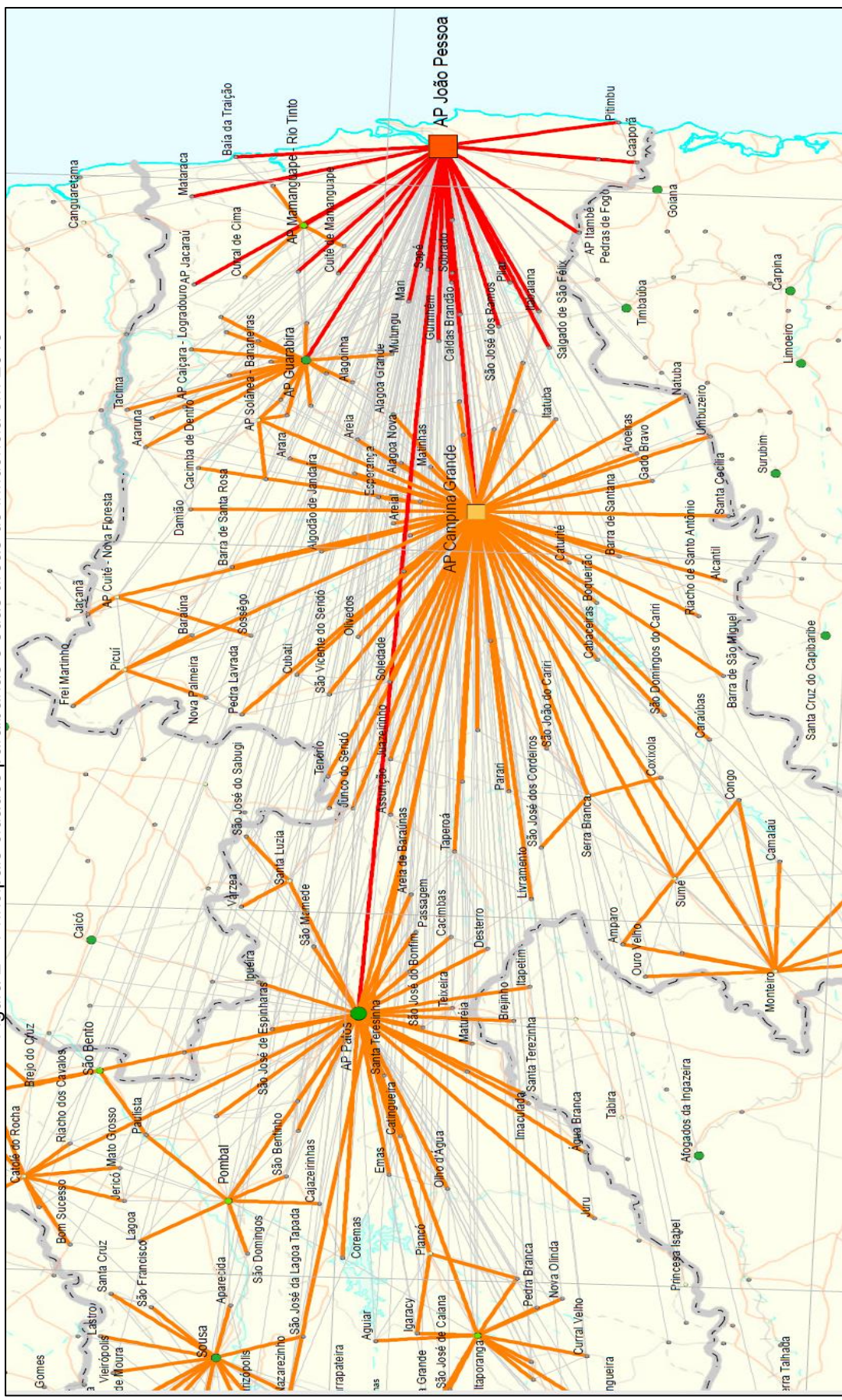
suprir bens e serviços para outras cidades. O alcance desse comando e atratividade no território corresponde à delimitação de sua área de influência, ou seja, quais cidades estão subordinadas a cada centralidade classificada na pesquisa (REGIC, 2020, p. 11).

Assim, tomando-se como base os dados de 2018, as cidades paraibanas foram classificadas em Capital Regional A – João Pessoa, Capital Regional C – Campina Grande, Centro Sub-Regional A – Patos e Cajazeiras, Centro Sub-Regional B – Guarabira e Sousa e em Centros Zonas, que exercem pequena influência na rede urbana do estado, mas que vem ganhando expressividade, a exemplo de Mamanguape (figura 2).

Essa classificação proposta pelo IBGE se relaciona com as principais cidades que compõem as Regiões Geoadministrativas do Estado da Paraíba, nas quais se destacam em sua rede urbana por apresentarem comércio, indústrias e serviços diversificados, fruto da inserção do referido estado no processo de globalização em curso a partir da década de 1970 (CORRÊA, 2011; ASSIS, 2005).

A polarização de investimentos em determinados espaços, como ocorre nas cidades paraibanas em decorrência desse processo, é fruto de um plano estratégico do Estado e de outros agentes produtores do espaço urbano, que por não terem muito capital para alavancarem todos os municípios da mesma forma, preferem investir nos grandes centros urbanos, pois são os que trazem maior retorno financeiro e político.

Figura 2 – Principais cidades paraibanas e suas áreas de influência em 2018



Fonte: IBGE, Regiões de Influência das Cidades, 2020.



### 3 CARACTERIZAÇÃO GEOECONÔMICA E HISTÓRICA DE SOLÂNEA/PB

Solânea é uma das 223 cidades do estado da Paraíba, localizada na Região Geográfica Imediata de Guarabira e Intermediária de João Pessoa (antiga Mesorregião do Agreste Paraibano e Microrregião do Curimataú Oriental), que possui uma área de 232,970 km<sup>2</sup> (IBGE, 2019).

A mesma está a 68 km de Campina Grande, interligada pela PB 105 e PB 104, e a 138,4 km de João Pessoa, capital paraibana, onde é possível ter acesso à referida cidade por meio das rodovias BR 230; BR 040 e PB 105 (PINTO JUNIOR, 2014). Destaca-se, ainda, conforme o mapa 1, que sua sede faz limite com Casserengue (9 km), Serraria (22,3 km), Dona Inês (16 km), Remígio (26 km), Arara (14 km), Barra de Santa Rosa (44 km), Borborema (7,5 km), Bananeiras (3 km) e Cacimba de Dentro (20 km).

O município de Solânea possui cerca de 26.407 habitantes, valor que tem diminuído desde os últimos resultados do IBGE (Censo 2000, 2010 e estimativas de 2019), mas que ainda é expressivo se comparado as outras cidades adjacentes. Desse total, boa parte reside no meio urbano, fruto do processo de urbanização que tem se intensificado nesta cidade em decorrência das melhores condições de vida, das oportunidades de emprego (seja no serviço público ou no privado), da proximidade do comércio e serviços urbanos (tabela 4).

Tabela 4 - Histórico da urbanização e do crescimento populacional de Solânea/PB

	População (2000)	Porcentagem (2000)	População (2010)	Porcentagem (2010)	População estimada (2019)
População total	29.316	100	26.693	100	26.407
Homes	14.091	48,07	12.764	47,82	
Mulheres	15.225	51,93	13.929	52,18	
Urbana	17.311	59,05	19.332	72,42	

Fonte: Atlas do Desenvolvimento Humano, município de Solânea/PB, 2013; IBGE, 2019.

Além desses atrativos, a falta de oportunidades, o pouco apoio para o desempenho de atividades agrícolas e a violência no campo têm incentivado o processo de urbanização dessa cidade. Neste último, por exemplo, o escasso patrulhamento policial impacta na produção agrícola do município, faz com que as pessoas habitem sobre o meio urbano e, como resultado, desenvolvam atividades que diferem do meio rural, como a prestação de serviços e o comércio

formal/informal (SANTOS, 2012). No que se refere a violência no campo, o mesmo autor argumenta que

uma série de assaltos às residências rurais tem feito com que centenas de moradores larguem suas moradias, suas plantações, suas criações e busquem abrigo na zona urbana. É lamentável que isso esteja acontecendo: a violência rural em determinados momentos está ultrapassando a violência na cidade (SANTOS, 2012, p. 23).

A sede de Solânea está a 626 m acima do nível do mar e seu clima é considerado Tropical Chuvoso ou ameno com verão seco e temperaturas médias, que variam entre 15° e 30°C, tendo a possibilidade de chegar aos 10°C nas noites de junho a agosto. Nesta cidade, a estação chuvosa ocorre de janeiro/fevereiro a setembro, podendo se estender até outubro. A vegetação desta unidade é formada por Florestas Subcaducifólica e Caducifólica, próprias das áreas agrestes (PINTO JUNIOR, 2014; CPRM; BRASIL, 2007).

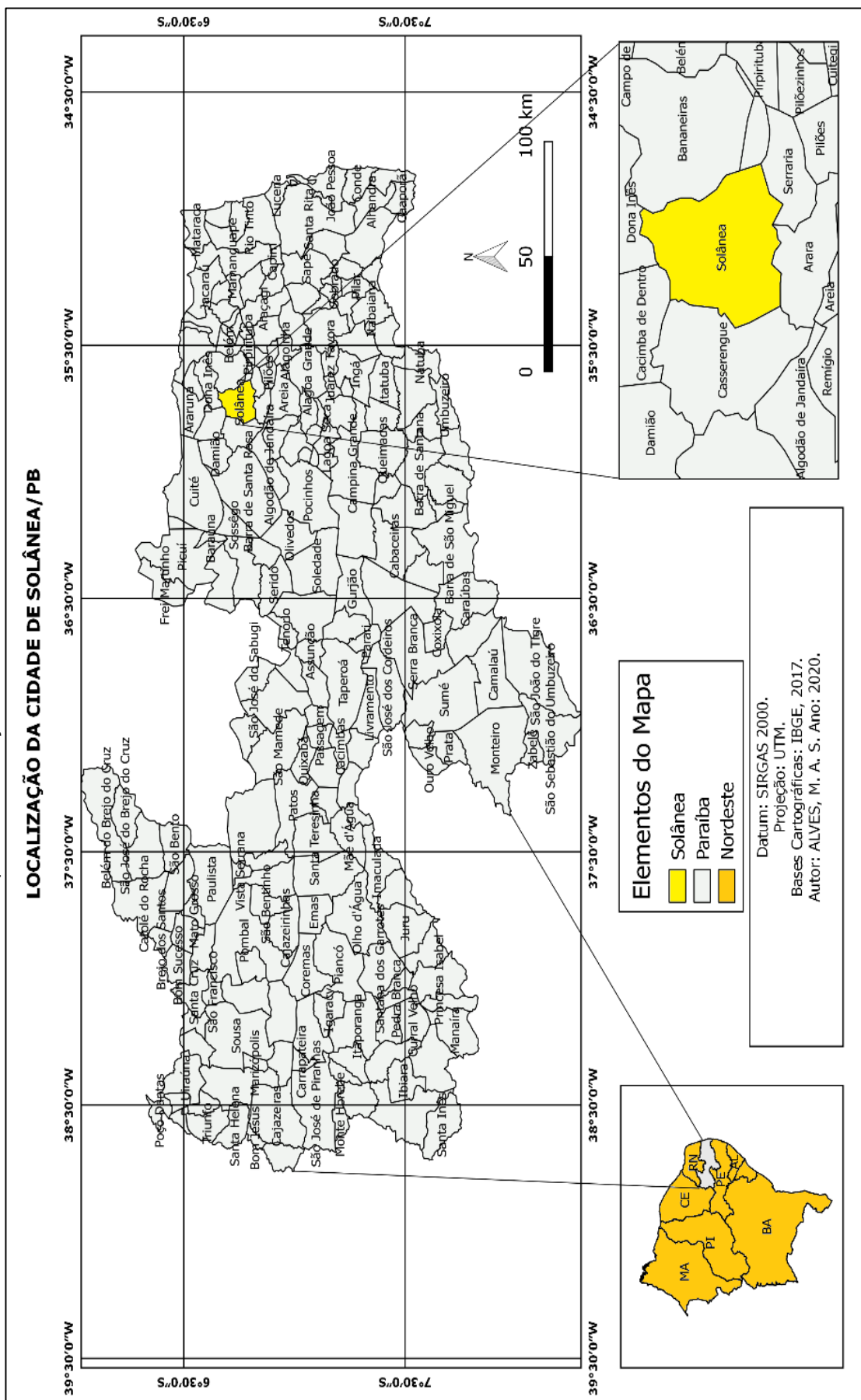
No que se refere a hidrografia, o município faz parte da bacia hidrográfica do Rio Curimataú, tendo seus tributários o Rio Curimataú, os riachos de Capivara, Sombrio, Salgado, Bonsucesso e de Arara ou Jacaré, bem como os açudes Poço do Sítio e Cacimba da Várzea, que compõem os principais copos de acumulação. Em relação aos cursos d'água, existe sobre toda a área da unidade um escoamento intermitente e um padrão de drenagem dendrítico (CPRM, 2005).

Destaca-se, ainda, que o município está inserido na unidade geoambiental do Planalto da Borborema, formada por maciços e outeiros altos, com altitude variando entre 650 a 1.000 metros. Onde ocupa uma área de arco que se estende do sul de Alagoas até o Rio Grande do Norte (CPRM, 2005).

Em relação aos solos e as formas de relevo que integram o território de Solânea, destaca-se a existência de

superfícies suaves onduladas a onduladas, onde ocorrem os Planossolos, medianamente profundos, fortemente drenados, ácidos a moderadamente ácidos e fertilidade natural média e ainda os Podzólicos, que são profundos, textura argilosa, e fertilidade natural média a alta. Nas elevações ocorrem os solos Litólicos, rasos, textura argilosa e fertilidade natural média. Nos Vales dos rios e riachos, ocorrem os Planossolos, medianamente profundos, imperfeitamente drenados, textura média/argilosa, moderadamente ácidos, fertilidade natural alta e problemas de sais (CPRM, 2005, p. 4).

Mapa 1 – Localização da cidade de Solânea/PB



Fonte: Marcos Antônio dos Santos Alves, 2020.

Além disso, a mesma apresenta um IDH equivalente a 0,615, considerado médio (PNUD, 2000). A partir do decreto nº 115, publicado pelo Estado da Paraíba em 21 de janeiro de 2013, Solânea é reconhecida como sendo uma das quinze regiões geoadministrativas, exercendo influência sobre sua sede e mais 14 municípios.

O PIB do município corresponde a R\$ 188.960.000,00 deixando-o na 28ª posição entre as 223 cidades do estado, e a 7ª, entre as 15 regiões geoadministrativas (IDEME; IBGE, 2013). As atividades comerciais, que em parte contribuem para o crescimento do PIB local, possuem 17,70% de participação na economia desta cidade, perdendo apenas para os setores agropecuário, que possui 36,23%, e os serviços, com 34,98% (tabela 5).

Tabela 5 - Participação dos setores econômicos no município de Solânea

<b>Setores</b>	<b>Participação (%)</b>
Agropecuário	36,23
Serviços	34,98
Comércio	17,70
Construção	5,02
Indústria de extração/transformação	3,19
Utilidade pública	1,32

Fonte: Atlas do Desenvolvimento Humano, perfil do município de Solânea/PB, 2013.

Embora o setor agropecuário seja participativo na economia municipal, o PIB desta atividade ainda é inferior em relação a outros seguimentos. Dados do IBGE (2017) evidenciam que as atividades agropecuárias possuem um PIB de R\$ 9.859.850,00, perdendo para o seguimento industrial, com R\$ 10.442.600,00, e para os serviços, que equivalem a R\$ 116.611.270,00.

O comércio tem se destacado na economia de Solânea não somente pelo consumo de produtos mas, também, em decorrência da sua estrutura física e das instituições financeiras, materializadas através de três agências bancárias (Banco do Brasil, Bradesco e Banco do Nordeste) e três casas lotéricas, que são responsáveis pelo financiamento a curto e médio prazo deste e de outros seguimentos, ao fornecerem créditos simples ou em contas garantidas, captarem depósitos e fazerem outras operações ligadas ao crédito, ao câmbio e ao comércio (SANTOS; SILVEIRA, 2013).

Figuras 3, 4 e 5 - Agências bancárias de Solânea/PB



Fonte: Marcos Antônio dos Santos Alves, 2020.

Todas elas são importantes para o desenvolvimento do comércio local, uma vez que o fechamento de instituições bancárias/correspondentes em cidades adjacentes a Solânea, como Arara e Serraria que foram alvos de explosões a banco<sup>4</sup> e possuem pouco efetivo policial, tem incentivado um fluxo maior de pessoas a esta cidade que necessitam desses serviços e de outros produtos que, por ventura, não são encontrados nas suas cidades de origem.

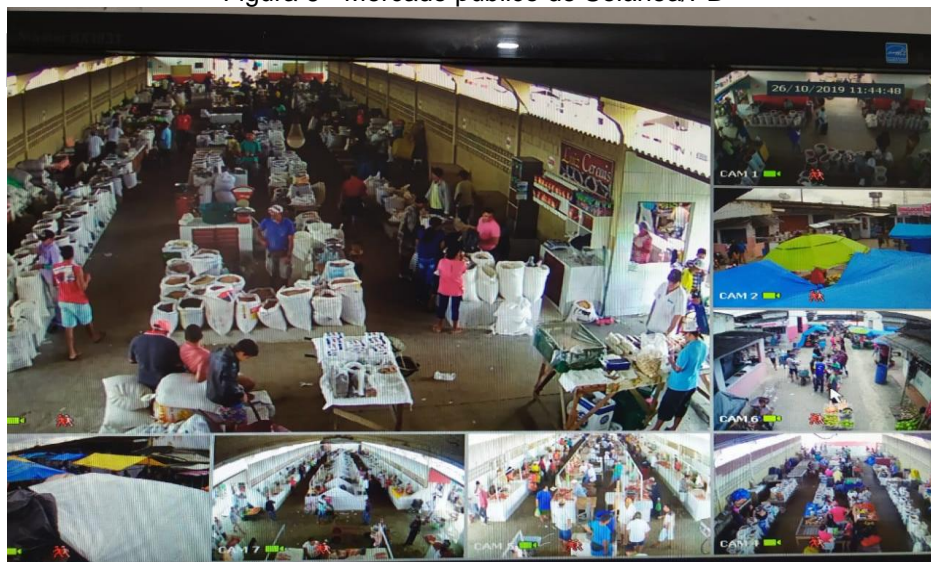
As atividades comerciais dessa cidade são diversificadas, sendo compostas por lojas reconhecidas nacionalmente/regionalmente com elevados

<sup>4</sup> Na madrugada desta sexta-feira, um grupo explodiu uma agência bancária no centro da cidade de Serraria, na madrugada. De acordo com informações da Polícia Civil, por volta das 3h da manhã, cerca de oito homens, que estavam em um carro e duas motos, invadiram a agência do Banco do Brasil e explodiram os caixas eletrônicos... Bandidos explodem agência do Banco do Brasil em Serraria. **Jornal da Paraíba (Online)**, 08 de ago. de 2014. Disponível em: <<https://www.jornaldaparaiba.com.br/policial/bandidos-explodem-agencia-do-bb-em-serraria.html>>. Acesso em: 30 nov. 2020.

graus de complexidade e com produtos de alto valor agregado, a exemplo das Americanas, Armazém Paraíba, Magazine Luiza e Ótica Diniz, bem como o mercado público e os pequenos estabelecimentos comerciais varejistas, que são espaços de consumo mais simples que possuem pouco capital e, conseqüentemente, baixo nível tecnológico (SANTOS, 2014).

As atividades comerciais de alta e baixa complexidade, que não necessitam de muito espaço para suas instalações, se localizam no núcleo urbano de Solânea, em especial na rua Celso Cirne. Diferentemente do mercado público, que é mais afastado desse perímetro em decorrência das suas dimensões físicas, que equivalem a aproximadamente 12 mil metros de extensão (figura 6).

Figura 6 - Mercado público de Solânea/PB



Fonte: Focando a notícia, 2019.

Embora o mercado público possua um baixo nível tecnológico em decorrência dos resquícios de tradicionalismo e do pouco capital empregado, esse espaço tem se destacado em relação as outras cidades, permitindo desde o consumo de produtos de primeira necessidade até o desenvolvimento de atividades turísticas, que diferem das suas funcionalidades de origem. O mesmo

é considerado pela organização do mercado, como um dos maiores do Nordeste e recebe muitas pessoas de aproximadamente 40 cidades que são fiéis às compras no mercado de Solânea, que comercializa de uma diversidade de produtos, seja gastronômico, utensílios domésticos e muito mais. O mercado é aberto todas as quartas-feiras e sábados, uma vez a cada mês, as compras ficam ainda mais animadas com as apresentações de 'Cultura na Feira' que envolve os

compradores com artistas repentistas e de teatro de bonecos. Dificilmente não se encontra o que procura no mercado de Solânea, realmente as vendas são variadas e isso faz com que muitos turistas voltem mais vezes (RCCF, 2019, Online)<sup>5</sup>.

O lado tradicionalista do mercado público de Solânea tem resgatado as antigas formas de comercialização, que se materializam a partir do consumo de produtos da terra em espaços desprovidos de grandes investimentos tecnológicos. Essa proximidade, as particularidades regionais, promove as pessoas uma maior identidade com este espaço de consumo, diferentemente de outros, que não valorizam as raízes locais de seus consumidores (PINTAUDI, 2006).

Os engenhos que ainda são encontrados nesse município e em toda região, alguns produzindo rapadura e outros cachaça, complementam as atividades turísticas do mercado público. Embora sejam antigos, tais atrativos vêm com o passar do tempo “se transformando em hotéis, desenvolvendo assim o turismo rural, o que se feito de forma apropriada, pode vir a se transformar em excelente opção de mercado de trabalho para as comunidades locais” (CPRM; BRASIL, 2007, p. 1).

Além do mercado público e dos engenhos, o evento Rota Cultural Caminhos do Frio (RCCF), que acontece em Solânea e municípios adjacentes do estado, como Areia, Pilões, Matinhas, Serraria, Bananeiras, Remígio, Alagoa Nova e Alagoa Grande, valoriza e divulga a cultura local todos os anos, entre os meses de julho e setembro, quando o clima frio da Serra da Borborema está em evidência, possibilitando que nesses encontros sejam desenvolvidas programações, compostas por espetáculos teatrais, degustação de pratos e bebidas do espaço regional, bem como homenagens as pessoas que marcaram na história e na cultura paraibana (RCCF, 2020).

Em relação aos aspectos históricos, as primeiras ações que contribuíram para a formação de Solânea têm início a partir do século XVIII, quando se estabeleceram sobre a região desta cidade e Bananeiras os primeiros desbravadores: Domingos Vieira e Zacarias de Melo, que detinham a posse de algumas sesmarias (IBGE, 2020).

---

<sup>5</sup> RCCF (Rota Cultural Caminhos do Frio). **O que esperar em Solânea?**. Brejo Paraibano, 2019. Disponível em: <https://brejoparaibano.com.br/cidades/solanea/>. Acesso em: 09 nov. 2020.

Tal região, naquele tempo, já apresentava algumas pacoveiras, uma entre várias espécies de banana que era inadequada para o consumo humano. Embora esta fruta não seja comestível, sua presença foi muito importante para que se atribuísse este nome a atual cidade de Bananeiras, da qual Solânea desmembra enquanto cidade em momentos posteriores (PINTO JUNIOR, 2014).

Depois desses desbravadores, também se estabeleceram sobre o território bananeirense outras pessoas, como Soares Cardoso Moreno, um dos descendentes dos colonizadores da família Moreno que, entre o final do século XVIII e início do século XIX, vindo do Ceará, fixou moradia nas terras planas (IBGE, 2020). Em decorrência da localização deste território,

ideal para a criação de gado, principalmente por seu clima frio, ameno e suas terras férteis, cobertas por grandes capinzais, bem como solos propícios ao cultivo da cana-de-açúcar e às mais variadas culturas, o que o fez se instalar por aqui, fixando moradia com fazendas de gado e engenho, dando o pontapé para a edificação do povoado, que em sua homenagem, anos mais tarde receberia o nome de Chã de Moreno (PINTO JUNIOR, 2014, p. 39).

Com o forte crescimento econômico, a área que hoje englobava a cidade de Bananeiras evoluiu, passando para povoado em 04 de dezembro de 1926, a partir da Lei nº 637, e posteriormente a Vila, por meio do Decreto nº 1.164 de 15 de novembro de 1938 (IBGE, 2020).

O nome Moreno, que até então permaneceu intacto em meio as mudanças ocorridas nesta localidade, passa a ser questionado entre os anos de 1938 a 1947, mudando assim para Solânea no ano seguinte. Em virtude do advogado Alfredo Pessoa de Lima,

cuja inspiração teria advindo a partir da solanácea, planta dicotiledônea de grande variedade da qual descende o fumo, principal produto da economia local. Entre as décadas de 1920 e 1930 do século XX, o produto gerou enormes divisas, constituindo-se em um dos maiores do desenvolvimento da vila. O fumo planta e colhido por aqui era de alta qualidade. Tanto isso é verdade que quase toda a produção local era exportada sobremaneira para estados do Norte e Nordeste (PINTO JUNIOR, 2014, p. 41).

Nome que permanece até hoje, após a sua emancipação de Bananeiras por meio da Lei Estadual nº 967, de 26 de novembro de 1953. Como resultado dessa conquista, que foi marcada por diversas batalhas até aqui, um dos seus pontos turísticos mais famosos é a praça 26 de Novembro, estabelecida bem na área central da cidade de Solânea (IBGE, 2020).



## **4 O COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE SOLÂNEA/PB E SUA INFLUÊNCIA ESPAÇO NO REGIONAL**

Boa parte do comércio varejista de Solânea está localizada na área central dessa cidade, em especial, na rua Celso Cirne. Diante disso, para que possamos traçar um perfil dos estabelecimentos comerciais, foram realizadas pesquisas de campo e entrevistas as cinquenta e quatro pessoas que gerenciam o comércio nesta rua, no segundo semestre de 2020.

No mesmo período, também aplicamos oitenta questionários destinados aos consumidores de Solânea, sendo quarenta desta cidade e quarenta de municípios adjacentes (vinte e três quando visitavam esta localidade e dezessete através das redes sociais, já que não foi possível completar a amostragem na cidade de estudo por conta da pandemia da COVID-19), de modo a traçarmos um perfil do público consumidor e compreender a percepção que o referido grupo possui sobre o comércio municipal.

Além disso, foram realizadas entrevistas com nove representantes do poder público (o secretário de indústria, comércio e turismo, o chefe do poder executivo municipal e mais sete vereadores) para conhecermos as principais ações que este grupo tem desenvolvido em prol do comércio local, bem como o diferencial de Solânea em relação as cidades da região.

Na análise desses dados, levamos em consideração a classificação de Santos (2008; 2014), que divide a economia urbana dos países subdesenvolvidos em circuitos superiores e inferiores na década de 1970, bem como as contribuições de Silveira (2009) e de outros autores que complementam tal discussão.

### **4.1 OS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA**

Com a disseminação do capitalismo a partir do século XVI, o mundo e, principalmente, os países subdesenvolvidos têm apreciado uma série de desigualdades que são percebidas por meio das condições sociais, pelo uso e ocupação dos diferentes espaços, bem como pela limitação/priorização do acesso aos equipamentos e infraestruturas urbanas. Essas diferenças são encontradas em múltiplas cidades, seja qual o for o seu nível de abrangência

(local, regional ou nacional) e decorrem das modernizações promovidas por esse sistema socioeconômico, dividido em

modernização comercial, caracterizada pela expansão marítima a partir do século XVI que dividiu o mundo entre países colonizadores e colonizados, a modernização industrial, período que se estende da Revolução Industrial à Segunda Guerra Mundial, e por fim a modernização tecnológica (caracterizada pela sociedade do consumo) que compreende o período pós Segunda Mundial até a atualidade (BRITTO, 2017, p.166).

Na atualidade, por um lado, a modernização tecnológica tem expandido cada vez mais a disseminação de informações e o consumo de mercadorias sobre os países subdesenvolvidos, por outro, a ampliação das taxas de desemprego, do êxodo rural e da estratificação do espaço econômico, emergindo assim os circuitos superior e inferior da economia urbana (SANTOS, 2014).

O circuito superior está associado as atividades que recebem um grande investimento financeiro e tecnológico, como os bancos, as indústrias e os estabelecimentos comerciais que atuam no seguimento formal, ao contrário do circuito inferior que, por não ter muito capital, apresentam pouca modernização tecnológica e está ligado às atividades informais. Assim, ao comparar tal classificação temos que

o circuito superior é resultado direto da modernização tecnológica e seus elementos mais representativos são os monopólios. A maior parte de suas relações ocorre fora da cidade e da área que a circunda porque este circuito tem um quadro de referência nacional ou internacional. O circuito inferior consiste de atividades em pequena escala e diz especialmente respeito à população pobre. Contrariamente ao circuito superior, o inferior é bem sedimentado e goza de relações privilegiadas com sua região (SANTOS, 2014, p.126).

Ambos os circuitos apresentam diferentes particularidades quando consideramos a posse do capital e o nível de desenvolvimento tecnológico, como se observa a seguir (quadro 2).

Quadro 2 - Características dos circuitos superior e inferior da economia urbana

	<b>Circuito Superior</b>	<b>Circuito Inferior</b>
Tecnologia	Uso int. de capital	Uso int. de mão de obra
Organização	Burocrática	Primitiva, não estruturada
Capital	Importante	Escasso
Mão de obra	Limitada	Abundante

Salários regulares	Prevalentes	Não requeridos
Estoques	Grande quantidade e/ou alta qualidade	Pequenas quantidades e baixa qualidade
Preços	Fixos (em geral)	Negociáveis entre comprador e vendedor (regateio)
Crédito	De banco, institucional	Pessoal, não institucional
Margem de lucro	Pequena por unidade, mas importante dado o volume de negócios (exe. itens de luxo)	Grande por unidade, mas pequena em relação ao volume dos negócios
Relação de fregueses	Impessoal e/ou por escrito	Direta, personalizada
Custos fixos	Importantes	Negligenciados
Propaganda	Necessária	Nenhuma
Reutilização das mercadorias	Nenhuma (desperdício)	Frequente
Capital reserva	Essencial	Não essencial
Ajuda governamental	Importante	Nenhuma ou quase nenhuma
Dependência direta países estrangeiros	Grandes; orientação para o Exterior	Pequena ou nenhuma

Fonte: Santos, 2008.

Tais características, promovidas pelo capital e o grau tecnológico, permitem aos circuitos superior e inferior atenderem diferentes grupos de acordo com as suas faixas de capital. As pessoas de classe média, quando nos referimos as relações comerciais, podem consumir produtos do baixo ao alto valor agregado, em alguns casos, já as que estão à margem da sociedade dificilmente poderão consumir produtos desta natureza, tendo que se submeter, assim, as mercadorias que integram o circuito inferior da economia.

Os grupos que são atendidos por tais circuitos podem consumir seus produtos de diferentes formas. Os grandes estabelecimentos comerciais do circuito superior da economia atendem aos consumidores tanto presencial quanto virtual, por meio das redes sociais e aplicativos existentes, como as Casas Bahia que, além de terem várias lojas espalhadas em cidades brasileiras, têm o próprio aplicativo para divulgar e vender uma diversidade de produtos. As pessoas que integram o circuito inferior não, na maioria das vezes, pois as condições econômicas as impedem de atenderem seus clientes em qualquer hora e lugar, estando vinculado apenas a forma tradicional de comercialização, em espaços fixos.

As atividades do circuito superior, além de atenderem de forma física ou virtual conseguem conquistar novos consumidores em outros espaços cada vez mais distantes, pois possuem uma influência local, regional e nacional, diferentemente das lojas pequenas, que atuam mais no seguimento local. A respeito disso, Santos (2008) destaca que

a verdadeira dialética entre o circuito superior e inferior se dá em nível local, visto que o circuito inferior tem apenas um alcance local. No entanto, isso não quer dizer que o problema seja estritamente local, mas é encontrado no plano de cada escalão urbano: metropolitano, intermediário e local, com características específicas para cada nível. A presença do circuito superior seria expressa por fluxos de toda natureza e em todas direções, sendo as trocas assimétricas em função da hierarquia urbana (SANTOS, 2008, p. 360).

A intensa participação do circuito superior nos diferentes níveis espaciais tem relação com as parcerias entre esse seguimento e o poder público, firmadas de modo a atender os interesses de ambos, ao contrário dos que integram as pequenas lojas, que comercializam seus produtos restritamente ao espaço local, desempenham atividades informais e não são apoiadas nesse processo, uma vez que a realização de parcerias com este seguimento traz menos benefícios para o poder público. É o que destaca Silveira (2009), ao argumentar que

o papel do poder público não é neutro, pois, a cada reforma material ou normativa visando à modernização, está privilegiando certos graus de capital, tecnologia e organização da economia urbana e certas porções do meio construído (SILVEIRA, 2009, p. 68).

Embora as contribuições de Santos (2008; 2014) tenham ajudado muitas pessoas na compreensão da economia urbana dos países subdesenvolvidos e, em especial, dos circuitos superior e inferior, tais discussões têm sido atualizadas com a introdução de uma nova classificação econômica nos últimos anos, que inclui o chamado circuito superior marginalizado. Termo apresentado, por Montenegro (2006) e outros autores ligados a este campo de estudo, que

compreende, por sua vez, uma certa porção do circuito superior; embora apresente características que o aproximam de ambos os circuitos. Ou seja, o circuito superior marginal tanto incorpora fatores atrelados à modernização como apresenta elementos advindos do circuito inferior (MONTENEGRO, 2006, p. 11).

Em suma, o circuito superior marginalizado é uma transição entre o circuito superior e inferior da economia urbana. Nessa ocasião, as atividades

desenvolvidas por este seguimento mediam ambos os circuitos por apresentarem um capital e um porte tecnológico relativamente significativo. São exemplos de atividades que se enquadram nessa classificação, “os agentes do setor atacadista e dos transportadores que funcionam como canal comunicativo entre o circuito inferior, representado pelas indústrias de farinha, e o superior, na figura das grandes redes de supermercados” (TAVARES, 2014, p. 95).

Além da introdução desse novo circuito na análise econômica das cidades que integram os países subdesenvolvidos, as atividades inferiores que, até então eram desprovidas de desenvolvimento tecnológico, vêm se modificando em meio as exigências da Divisão Internacional do Trabalho. O uso de computadores, das máquinas de cartão de crédito e das redes sociais, mesmo que de forma tímida, auxiliam os estabelecimentos que integram este circuito na divulgação e, conseqüentemente, no consumo de seus produtos.

Os circuitos superior (marginalizado ou não) e inferior estão presentes em todos os espaços urbanos, variando para mais, ou para menos, as suas participações. Assim, nos “espaços metropolitanos, por exemplo, coexistem inúmeros elementos constituintes dos dois circuitos, porém, nas cidades locais – híbridas, a economia urbana é marcada predominantemente, pelo circuito inferior” (ROMA, 2016, p. 26).

A partir do exposto até aqui, percebe-se as desigualdades de tecnologia e capital promoveram a formação de três principais circuitos nos países subdesenvolvidos: o superior e inferior, defendido por Santos (2008; 2014), e o superior marginalizado, introduzido por outros autores da atualidade, como Montenegro (2006) e Tavares (2014).

A modernização tecnológica, promovida pela recente Divisão Internacional do Trabalho, tem permitido às atividades do circuito inferior atuarem, predominantemente, sobre o espaço local e as do superior, sobre os cenários nacional, regional e local, por conta das melhores condições econômicas desse circuito e da sua forma de organização mais complexa.

#### 4.2 AS POTENCIALIDADES DE SOLÂNEA E AS ATIVIDADES DO VAREJO NA RUA CELSO CIRNE

A cidade de Solânea foi escolhida para ser uma das quinze regiões geoadministrativas do estado por se destacar em relação às demais, possuindo

uma boa localização geográfica, um grande mercado consumidor, melhores condições de infraestrutura, serviços e comércio diversificados. Como aponta o vereador 1 (2020), ao destacar que

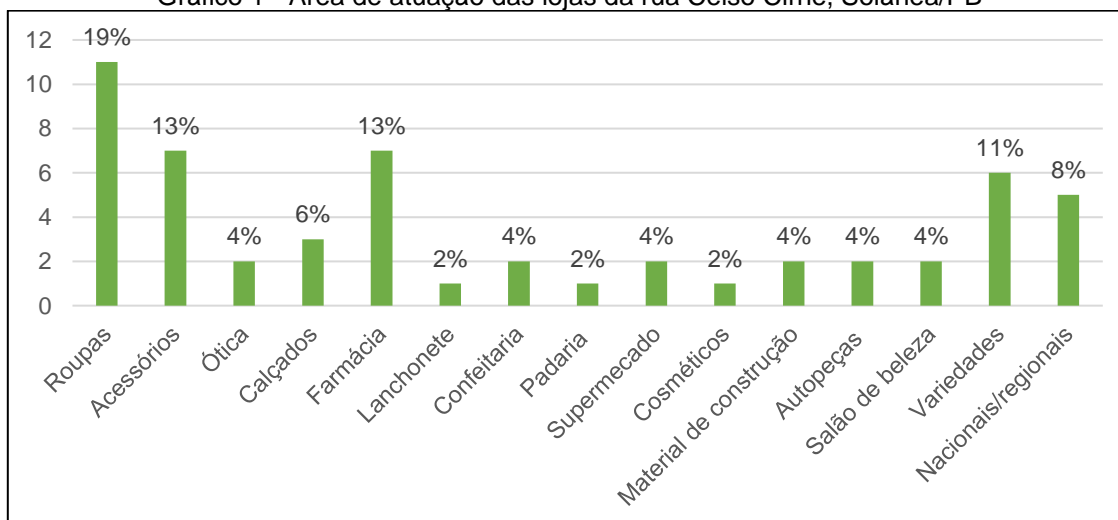
...são muitos os pontos que favorecem Solânea... a questão geográfica, que é bem localizada, os serviços e o comércio, porque depois de Guarabira não há nenhuma outra cidade da região que possui uma diversidade de produtos e estabelecimentos comerciais. ...por ser de destaque, em relação as demais, acabou recebendo este título de região geoadministrativa... (VEREADOR 1, 2020, informação verbal).

Potencialidades que pouco se diferenciam do que o vereador 2 (2020) nos apresenta, ao complementar que

...o primeiro ponto é uma questão territorial, pois ela está localizada numa via de grande fluxo, que se torna fácil o acesso para os quatro principais centros: Recife, João Pessoa, Natal e Campina Grande... por estar próxima as cidades menores e por ter um polo da UFPB, que é de Bananeiras, mas metade dele está dentro de Solânea... (VEREADOR 2, 2020, informação verbal).

O fato de Solânea ser uma região geoadministrativa, devido às múltiplas potencialidades apresentadas pelos vereadores, tem incentivado a expansão do comércio nesta cidade. A rua Celso Cirne, que é uma das principais vias do referido município, concentra cinquenta e quatro estabelecimentos comerciais que integram os circuitos superior e inferior da economia urbana (SANTOS, 2014). Desse total, a partir da pesquisa de campo, observamos que o comércio é bastante diversificado e centralizado em lojas de roupas, farmácia, acessórios e variedades (gráfico 1).

Gráfico 1 - Área de atuação das lojas da rua Celso Cirne, Solânea/PB



Fonte: Marcos Antônio dos Santos Alves, 2020.

Figuras 7, 8, 9 e 10 - Alguns estabelecimentos comerciais da rua Celso Cirne



Fonte: Marcos Antônio dos Santos Alves, 2020.

Nas figuras, respectivamente, observamos uma loja de variedades, uma das unidades da rede Óticas Diniz, a farmácia Pague Menos, bem como a Realce, que tem atuado na comercialização de calçados. Embora exista um grande número de estabelecimentos comerciais do circuito inferior nesta cidade, há um pequeno número de lojas em Solânea que possuem reconhecimento regional/nacional e se enquadram como sendo um circuito superior da economia, é o caso das Óticas Diniz, destacada anteriormente, do Armazém Paraíba, da Magazine Luiza e das Americanas (figuras 11 e 12).

Figuras 11 e 12 - Magazine Luiza e Lojas Americanas



Fonte: Marcos Antônio dos Santos Alves, 2020.

As localidades que apresentam um grande mercado consumidor, variando entre 25 e 30 mil habitantes, uma boa localização geográfica e melhores condições de infraestrutura têm sido atrativas para a instalação desse circuito da economia, como destaca uma das pessoas que gerencia tal estabelecimento, que escolheu Solânea em decorrência de terem

...um plano de expansão para se instalar em cada cidade do Brasil... a partir desse plano, fizemos um estudo de Solânea e vimos que esta cidade é o melhor local, por apresentar ótima infraestrutura, população e por receber habitantes de cidades circunvizinhas... (COMERCIANTE 1, 2020, informação verbal).

Os circuitos superiores e inferiores da economia, presente na rua Celso Cirne, possuem diferenças significativas no que se refere à quantidade de funcionários, à origem da mão de obra e do capital empregado, à diversidade dos produtos, ao grau de escolaridade dos funcionários, à área de abrangência e às formas de pagamento (quadro 3).

Quadro 3 - Principais características dos estabelecimentos comerciais da rua Celso Cirne

	<b>Loja pequena</b>	<b>Loja grande</b>
Quantidade de funcionários	1 a 3	1 a 15
Origem da mão de obra	Local	Local e de outras cidades



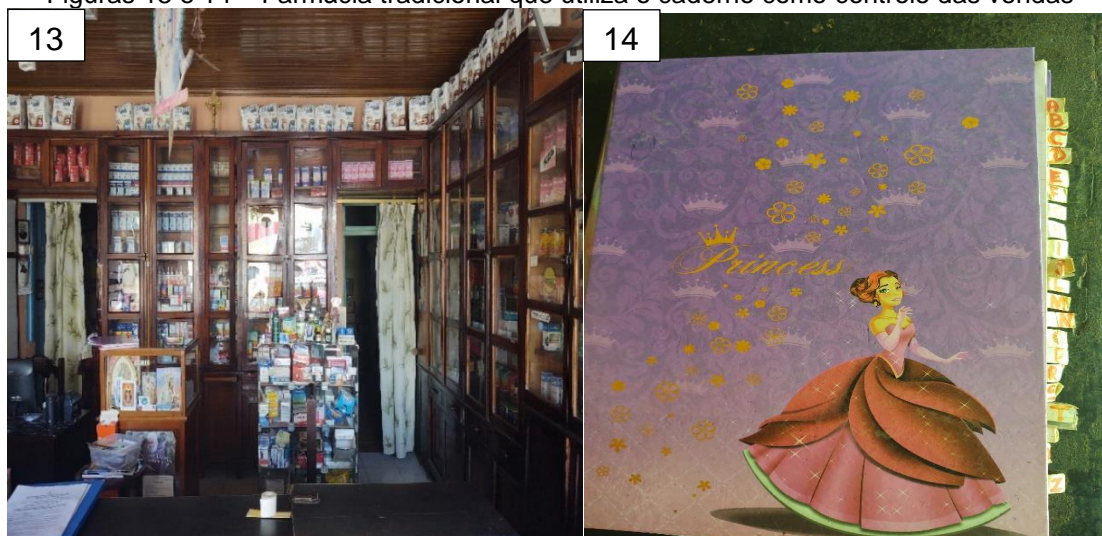
Capital empregado	Empréstimos/parceria familiar	Privado/aberto, como a Bolsa de Valores
Produtos	Simples/ menos diversificados	Complexos/ mais diversificados
Grau de escolaridade dos funcionários	Predominância do Ensino Fundamental e Ensino Médio, e, em poucos casos, Ensino Superior	Predominância do Ensino Médio e Ensino Superior
Área de abrangência	Local e, em alguns casos, regional	Local, regional, e, em alguns casos, nacional
Formas de pagamento	À vista e, em determinadas situações, “fiado” ou cartão	À vista e cartão

Fonte: Roteiro de entrevista destinado aos proprietários dos estabelecimentos comerciais, 2020.

A partir do quadro 3, percebe-se que os pequenos estabelecimentos comerciais possuem entre 1 e 3 funcionários com predominância do ensino fundamental e médio, muitas vezes, compostos por alguns integrantes da unidade familiar. O capital empregado nesse tipo de estabelecimento é contraído a partir de empréstimos ou por meio de uma parceria com os membros da família, quando não se tem condições.

Como a dimensão desses estabelecimentos são menores, os produtos possuem pouca diversidade, sendo vendidos as pessoas da própria cidade e, em alguns casos, da região, à vista, cartão, quando o estabelecimento é mais moderno, ou no chamado “fiado”, meio pelo qual o vendedor registra no caderno o fluxo de venda da unidade às pessoas que são consideradas de confiança (figuras 13 e 14).

Figuras 13 e 14 – Farmácia tradicional que utiliza o caderno como controle das vendas



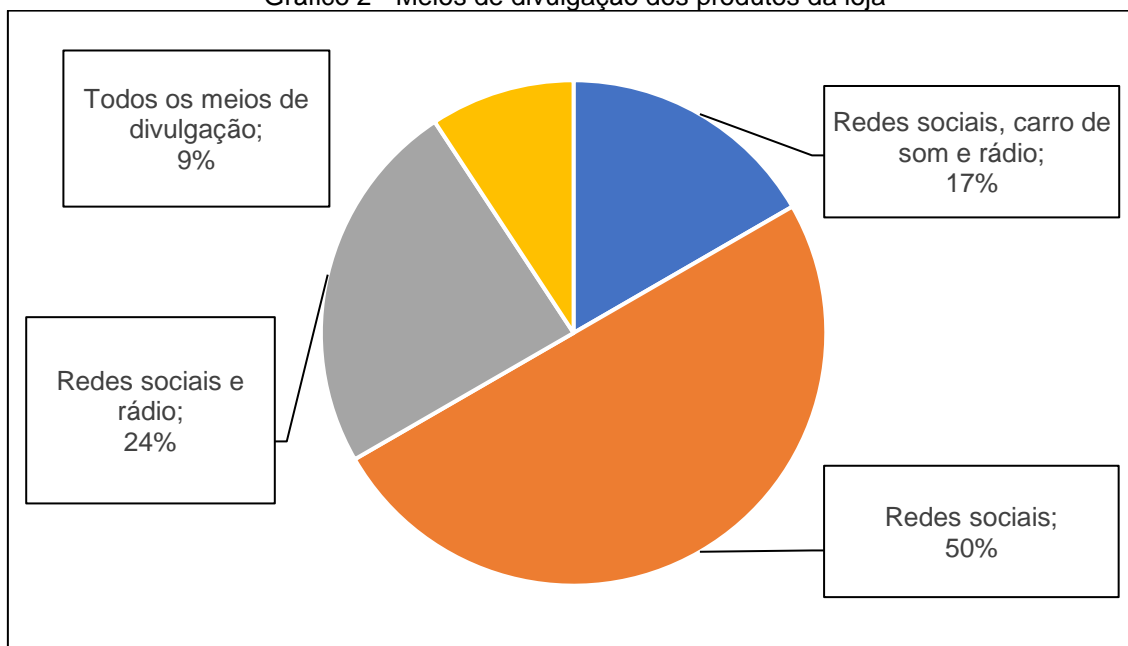
Fonte: Marcos Antônio dos Santos Alves, 2020.

...aqui não oferecemos muitas formas de pagamento, apenas o dinheiro e o fiado, onde anoto tudo que saí ao longo do dia no meu caderninho... mas não é para todo mundo que faço isso, existem algumas pessoas que temos confiança, pois já perdi muito dinheiro com consumidores que não foram justos assim como eu... (COMERCIANTE 2, 2020, informação verbal).

Por outro lado, as grandes lojas contratam entre 1 e 15 funcionários da própria cidade e também de municípios circunvizinhos (a exemplo de Bananeiras e Serraria) que, por sua vez, possuem escolaridade entre ensino médio e superior, quando estamos diante do gerente da loja. Em geral, não se pode contratar outros membros da família, pois pode atrapalhar nos negócios. O grande capital que esses estabelecimentos possuem, predominantemente privado ou aberto, como a Bolsa de Valores das Americanas (Lame 4), dá condições para que os produtos sejam diversificados, que atendam um público local, regional e nacional, bem como utilizem diferentes formas de pagamento, a exemplo do dinheiro em espécie e do cartão de crédito que estão em alta.

O meio de divulgação dos produtos para a população varia conforme o circuito vigente, o grau de modernização e, conseqüentemente, a posse do capital. Assim, os estabelecimentos comerciais mais estruturados economicamente possuem vantagens na divulgação que os menos favorecidos (gráfico 2).

Gráfico 2 - Meios de divulgação dos produtos da loja



Fonte: Roteiro de entrevista destinado aos proprietários dos estabelecimentos comerciais, 2020.

Figuras 15 e 16 - Propaganda de uma loja de sapatos da cidade a partir do carro de som



Fonte: Marcos Antônio dos Santos Alves, 2020.

Observa-se no gráfico 2 que as lojas menos estruturadas, que correspondem a 50%, por não terem muito capital, utilizam as redes sociais para a divulgação do produto. Já que é mais barato e acessível ao público em geral nos dias de hoje, acontecendo por meio das plataformas digitais, como o Facebook e o Instagram. As lojas que utilizam as redes sociais e o rádio, que correspondem a 24%, e os estabelecimentos que usufruem das redes sociais, do carro de som e rádio, com 17%, estão em um patamar intermediário economicamente, ficando abaixo apenas das lojas que possuem mais capital e se utilizam de todos os meios de divulgação: redes sociais, tv, rádio, internet, panfletos, aplicativos e carros de som, que detém 9%.

Em relação aos dias e horários, em média, os pequenos estabelecimentos do circuito inferior da economia atendem de segunda a sexta das 8h às 17h e aos sábados até às 15h30. As lojas do circuito superior da economia têm um horário ampliado, sendo de segunda a sábado das 8h às 18h. Contudo, entre todas as lojas desse circuito, as Americanas abrem aos domingos, até às 15h30, influenciando na cultura local. Ao questionar um dos responsáveis dessa loja sobre o horário de atendimento aos domingos, o mesmo destacou que

...quando chegamos aqui, encontramos uma dificuldade imensa de abrir o estabelecimento aos domingos e vender algo, pois nesta cidade as pessoas têm o hábito de reservar esse dia para o lazer, não para ir a uma loja e consumir produtos. Mas com o passar do tempo, estamos conseguindo atrair alguns clientes... Conseguimos até incentivar outros estabelecimentos a abrirem aos domingos, coisa que só existia a gente no início... (COMERCIANTE 1, 2020, informação verbal).

O período de maior venda no mês para os dois circuitos, de modo geral, ocorre entre os dias de 25 e 05, quando há o pagamento dos servidores públicos, aposentados e beneficiários do Bolsa Família da própria cidade e de municípios adjacentes, que não possuem agências bancárias em decorrência da atuação de quadrilhas em cidades que possuem um baixo efetivo policial, chegando ao nível intermediário, entre 06 e 15, e baixo, entre 16 e 24, momento em que decai esse ciclo de pagamento. Quando questionamos o período de venda ao longo do mês, um dos entrevistados relatou que

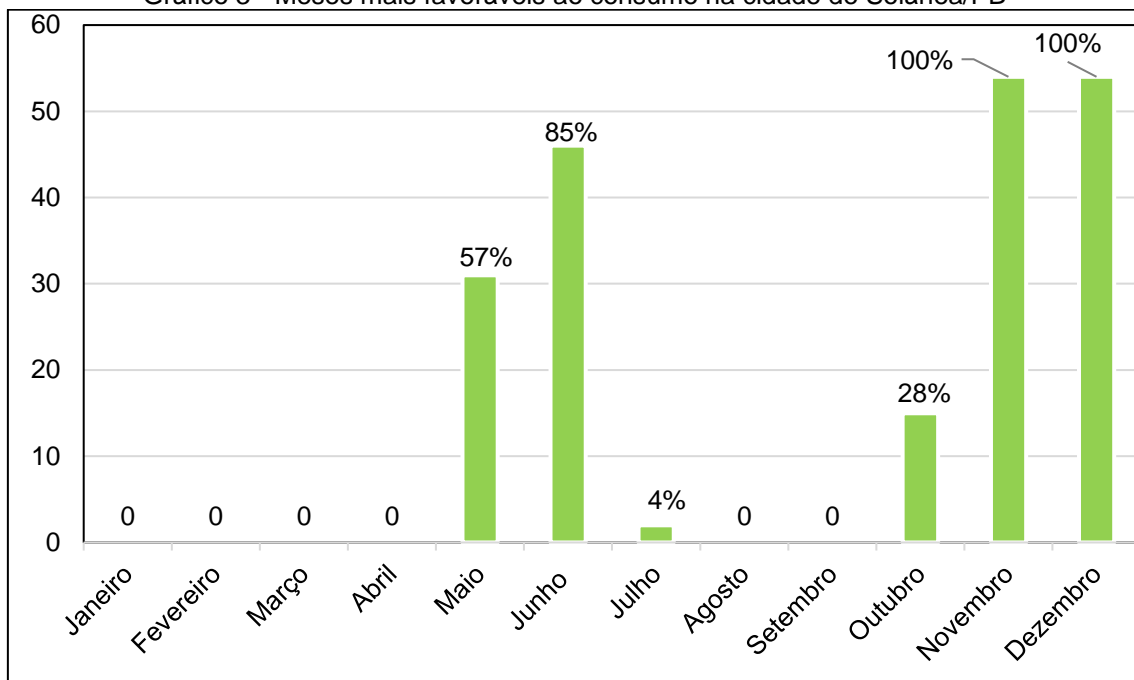
...para mim, eu percebo no final e início do mês, pois é justamente no período que as pessoas estão recebendo seus pagamentos, como é o caso dos aposentados, servidores e beneficiários dos programas sociais... é tão tá, que nessa cidade têm três agências bancárias e três casas lotéricas, uma delas foi inaugurada recentemente... (COMERCIANTE 2, 2020, informação verbal).

Complementando o comerciante 2, outro entrevistado afirma que

...sem sobre de dúvidas, é no início do mês, pois é nesse momento que nós pagamos a folha dos servidores municipais e tem as pessoas de outras cidades que recebem seus vencimentos aqui... e nesse processo, evidentemente, acabam também por consumirem nossos produtos... (CHEFE DO PODER EXECUTIVO MUNICIPAL, 2020, informação verbal).

Em relação as vendas ao longo do ano, a intensidade do consumo é desigual, estando mais concentrado em alguns meses em decorrência das comemorações nacionais/regionais. Assim, ao questionarmos os representantes dos estabelecimentos comerciais sobre os meses mais favoráveis ao consumo, obtivemos o seguinte resultado (gráfico 3).

Gráfico 3 - Meses mais favoráveis ao consumo na cidade de Solânea/PB



Fonte: Roteiro de entrevista destinado aos proprietários dos estabelecimentos comerciais, 2020.

Percebe-se que 57% dos estabelecimentos consideram favorável o consumo de produtos em decorrência da comemoração do Dia das Mães, no mês de maio. Em junho, devido aos festejos juninos, as vendas se expandem, conforme 85% dos estabelecimentos, principalmente para as lojas de roupas e calçados, por conta de algumas atrações artísticas que se apresentam nesta cidade e na região, alavancando a economia local. No mês de julho, 4% dos estabelecimentos realizam vendas nesse período em decorrência da evento Rota Cultural Caminhos do Frio. A partir do mês de outubro, as vendas crescem com comemoração do Dia das Crianças, permitindo que as vendas sejam favoráveis a 28% das lojas. Entre os meses de novembro e dezembro 100% dos estabelecimentos têm uma expansão nas vendas, por conta da Black Friday, das comemorações de Natal e fim de ano (figuras 17, 18 e 19).

Figuras 17, 18 e 19 – Divulgação das lojas para atrair os consumidores na Black Friday



Fonte: Marcos Antônio dos Santos Alves, 2020.

A arrecadação de tarifas como o Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e a Prestação de Serviços (ICMS), que é estadual, mas 30% é destinada aos municípios, do Imposto Sobre Serviços (ISS), do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU), dos alvarás e algumas parcerias com o governo federal e estadual têm permitido ao poder público uma revitalização do espaço urbano da cidade de Solânea e, conseqüentemente, a valorização do comércio local. A construção de um binário por parte do governo estadual em 2017, que se inicia na rua Santos Dumont e a pavimentação de ruas da cidade são exemplos disso (figura 20).

As cidades crescem e hoje Solânea tem um grande comércio que precisava deste binário. Sei como era difícil para os comerciantes e para a cidade conviver com os problemas de mobilidade. Eu fico muito feliz por concluir essa obra que organiza o trânsito e melhora a circulação de mercadorias e pessoas (COUTINHO, 2017, Online).

A construção do binário trouxe uma valorização do solo urbano, uma expansão no fluxo de pessoas e mercadorias em Solânea, bem como uma descentralização do comércio da rua Celso Cirne. Permitindo a abertura de novos estabelecimentos comerciais nas ruas que englobam todo o binário, principalmente, do circuito inferior da economia, como os hortifrutigranjeiros (figuras 21 e 22).

Figura 20 – Binário de Solânea/PB



Fonte: Google Earth, 2020.

Figuras 21 e 22 - Novos estabelecimentos comerciais em um dos trechos do binário



Fonte: Marcos Antônio dos Santos Alves, 2020.

Além da infraestrutura, o poder público tem incentivado o comércio com o pagamento dos seus funcionários dentro do mês trabalhado, com a antecipação do 13º e com a realização de serviços, como a Sala do Empreendedor, que orienta e fortalece os pequenos empresários. Quando questionamos um dos entrevistados do poder público sobre as políticas de incentivo ao comércio, o mesmo destaca a melhoria da

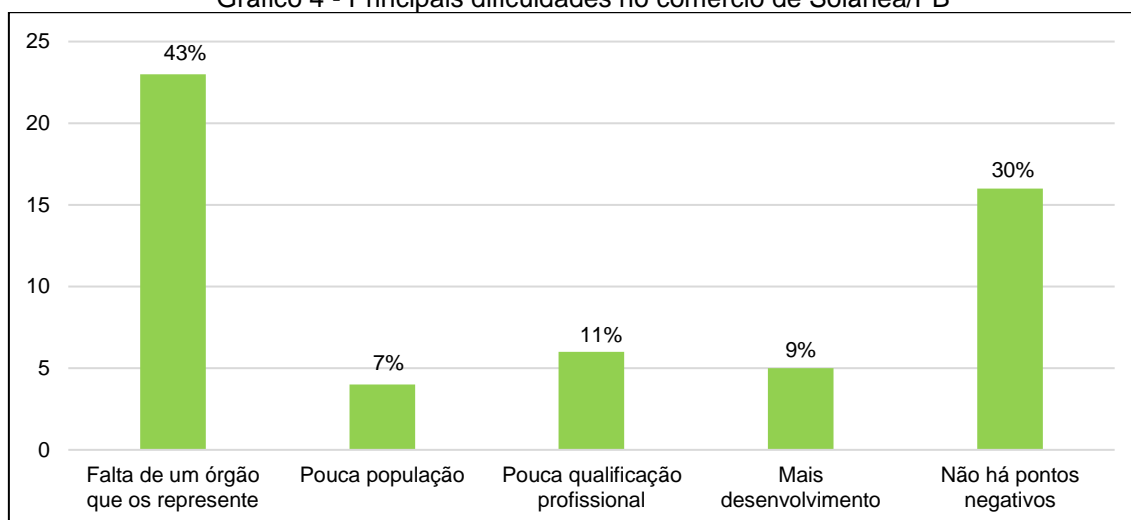
infraestrutura da cidade, que é onde começa a se despertar e ver que a gestão pública está caminhando bem... mas também, eu acho que uma das principais molas mestres, é o pagamento em dia que a gestão tem feito... neste último ano, foi antecipado o pagamento do 13º para o meio do ano, como forma de aquecer cada vez mais o comércio, que não era feito em nenhum momento... (VEREADOR 2, 2020, informação verbal).

Embora o comércio de Solânea seja de grande expressividade na região, se destacando por sua função comercial e por seus produtos diversificados, nesta cidade ainda não existe um órgão que faz o acompanhamento da dinâmica comercial. Em outros centros urbanos da região, como Guarabira e Esperança, existem unidades da Câmara dos Dirigentes Lojistas (CDL), articulando os comerciantes e, uma vez ou outra, desenvolvendo pesquisas sobre o comércio nessas localidades, que visam traçar um perfil dos consumidores, bem como identificar os picos de alta e baixa dos produtos comercializados.



Isso foi uma das principais dificuldades do comércio de Solânea para os lojistas, em especial, para os que integram o circuito inferior da economia, que durante a pandemia da COVID-19, sem a mediação de nenhum órgão com o poder público, fecharam seus comércios e tiveram uma queda nas vendas. Exceto os que fazem parte do circuito superior da economia, como a Magazine Luiza, que se manteve em alta nas suas vendas graças ao mobile, aplicativo da loja que permite ao consumidor finalizar e agendar a entrega do seu produto de forma online (gráfico 4).

Gráfico 4 - Principais dificuldades no comércio de Solânea/PB



Fonte: Roteiro de entrevista destinado aos proprietários dos estabelecimentos comerciais, 2020.

De acordo com gráfico, 43% dos estabelecimentos sentem falta de um órgão que os represente e faça pesquisas sobre o comércio local, como a CDL. Já 7% acreditam que a população da cidade ainda é pouca, deveria ser maior. Outros 11% defendem que a mão de obra de Solânea precisa de mais qualificação, como a realização de cursos técnicos voltados para a área comercial. 9% dos estabelecimentos apontam que há uma necessidade de maior desenvolvimento na cidade e no comércio, ao contrário dos 30%, que descartam qualquer ponto negativo nas atividades comerciais da cidade. Assim como os comerciantes, o poder público também reconhece a dificuldade de não ter uma CDL na cidade, destacando que

... de fato, na nossa gestão tivemos essa dificuldade, pois priorizamos mais a infraestrutura da cidade... mas, tenha certa, que a partir de 2021, procuraremos articular os diversos seguimentos do comércio e, se possível, instalar uma filial da CDL em nosso município... (CHEFE DO PODER EXECUTIVO MUNICIPAL, 2020, informação verbal).

Por outro lado, há aqueles que acreditam que o poder público está fazendo a sua parte na mediação comercial do município, sobretudo, na luta para a instalação da CDL, mas há uma falta de consenso entre os próprios estabelecimentos comerciais. Um dos entrevistados considera que

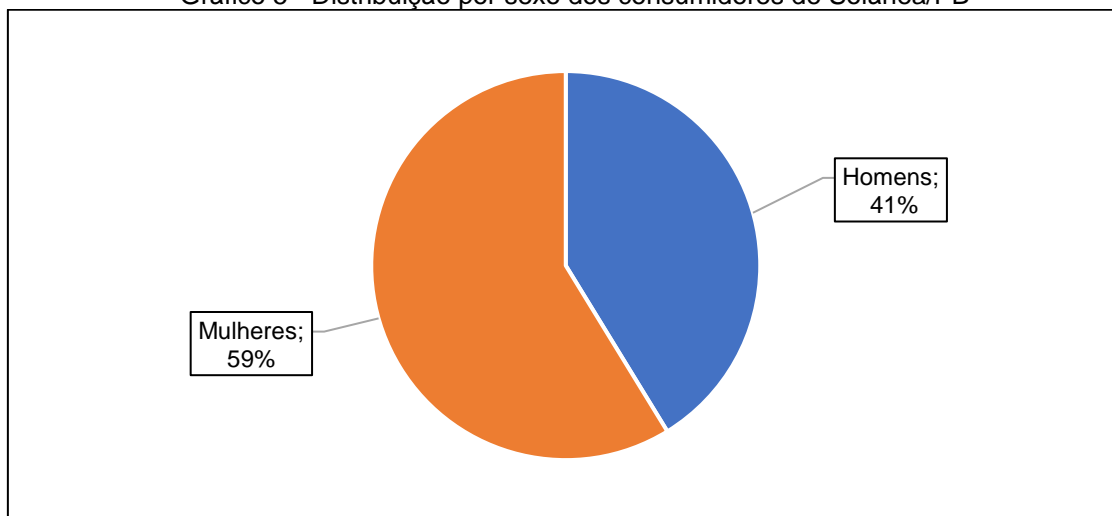
...o poder público tem um papel muito importante na articulação do comércio na cidade, pois é a ponte que interliga os estabelecimentos comerciais com outras entidades fora do município... contudo, é preciso também que os comerciantes se articulem em prol de um único objetivo, para que possamos fazer a nossa parte enquanto serviço público... (SECRETÁRIO 1, 2020, informação verbal).

Diante do que foi exposto até aqui, é preciso que o poder público invista não somente em melhorias de infraestrutura da cidade, como também incentive a instalação de uma unidade da CDL e a realização de cursos técnicos voltados para o comércio, pois Solânea é um dos grandes centros comerciais da região após Guarabira e Esperança. Além disso, é essencial que as pessoas que estão à frente das lojas se articulem como um todo, de modo a fortalecer essa classe de comerciantes que a cada dia vem se expandindo neste município, concretizando com a instalação de um órgão que os represente.

#### 4.3 O COMÉRCIO VAREJISTA DE SOLÂNEA E O PERFIL DE SEU PÚBLICO CONSUMIDOR

Assim como os estabelecimentos comerciais, os consumidores que alimentam o comércio de Solânea são bem diversificados, variando conforme o sexo, faixa etária, origem, renda e o período de consumo (gráfico 5).

Gráfico 5 - Distribuição por sexo dos consumidores de Solânea/PB

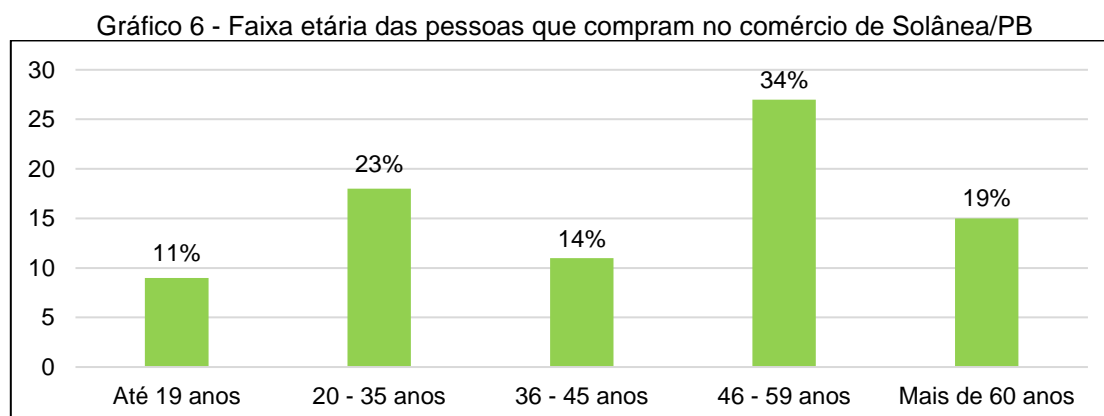


Fonte: Questionário destinado aos consumidores de Solânea/PB, 2020.

A partir do gráfico 5, percebe-se que das 80 pessoas que responderam aos questionários, sejam da cidade de Solânea ou outras localidades adjacentes, 59% compõem o universo feminino, ao contrário dos 41% que correspondem aos homens. Diferenças que se aproximam da realidade do mundo moderno em decorrência da inserção da mulher no mercado de trabalho que, durante muito tempo era inviável por questões históricas e machistas, mas com a luta desse universo, se tornam independentes, passam a receber seus vencimentos e, conseqüentemente, a ser consumidoras das necessidades impostas pelo capitalismo, embora ainda existam inúmeros obstáculos sociais a serem superados. Como nos apresenta Del-Vechio et al (2007), ao afirmar que

esta nova mulher já consegue disputar em igualdade as oportunidades do mercado com os homens e tem superado nas mesmas proporções as credices populares, diminuindo os obstáculos para a conquista de seu espaço na esfera social. Com isso passaram a exercer o papel de tomadoras de decisão não apenas no lar, mas também nos negócios e nas decisões de consumo (DEL-VECHIO et al, 2007, p. 8).

A faixa etária dos consumidores desta cidade é bem diversificada e centralizada em alguns grupos. As pessoas que possuem até 19 anos, que correspondem a 11%, são as que menos consomem em decorrência de não estarem trabalhando e dependerem de outras para sobreviver, como os jovens que ainda convivem com familiares. Já os consumidores com idades entre 20 e 59 anos, que juntos totalizam 71%, são o grupo que mais consome na cidade de Solânea em virtude de não serem dependentes, por receberem algum benefício do Governo Federal ou estarem em atividade. E por último e não menos importante, os idosos a partir dos 60 anos, que embora não trabalhem, possuem uma renda que os colocam em 19%, na hora de consumirem algum produto desta cidade (gráfico 6).

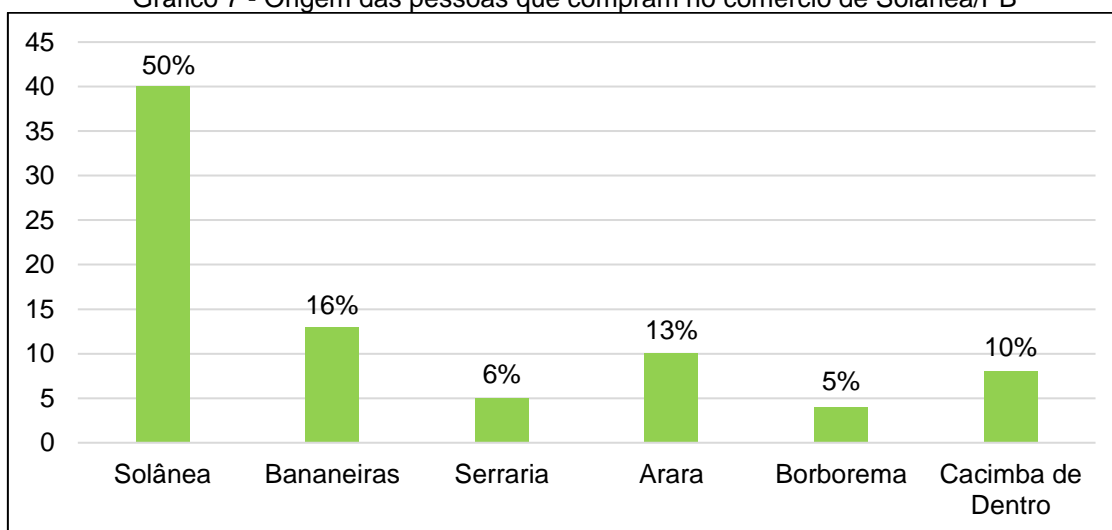


Fonte: Questionário destinado aos consumidores do comércio de Solânea/PB, 2020.

Das pessoas que compram em Solânea, uma parcela é composta pelos habitantes desta cidade e outra pelos consumidores de municípios circunvizinhos, que enxergam naquele espaço um importante mercado. A diversidade de produtos, a presença de equipamentos urbanos como as agências bancárias e as casas lotéricas, somados às pequenas distâncias que aquele município possui em torno da sua região evitam com que as pessoas se desloquem para os grandes centros urbanos na hora de consumirem algo ou/e utilizarem determinados serviços bancários que, por ventura, não se apresentam em suas localidades de origem (gráfico 7).

Quando questionamos um dos consumidores acerca da importância do comércio de Solânea em relação a sua região, o mesmo explica que é “muito importante, pois tem de tudo e é pertinho... tem coisas que procuro na minha cidade, mas não encontro... ai, quando vou tirar a minha aposentadoria no início do mês, aproveito e compro o que está faltando lá” (CONSUMIDOR 1, 2020, informação escrita).

Gráfico 7 - Origem das pessoas que compram no comércio de Solânea/PB

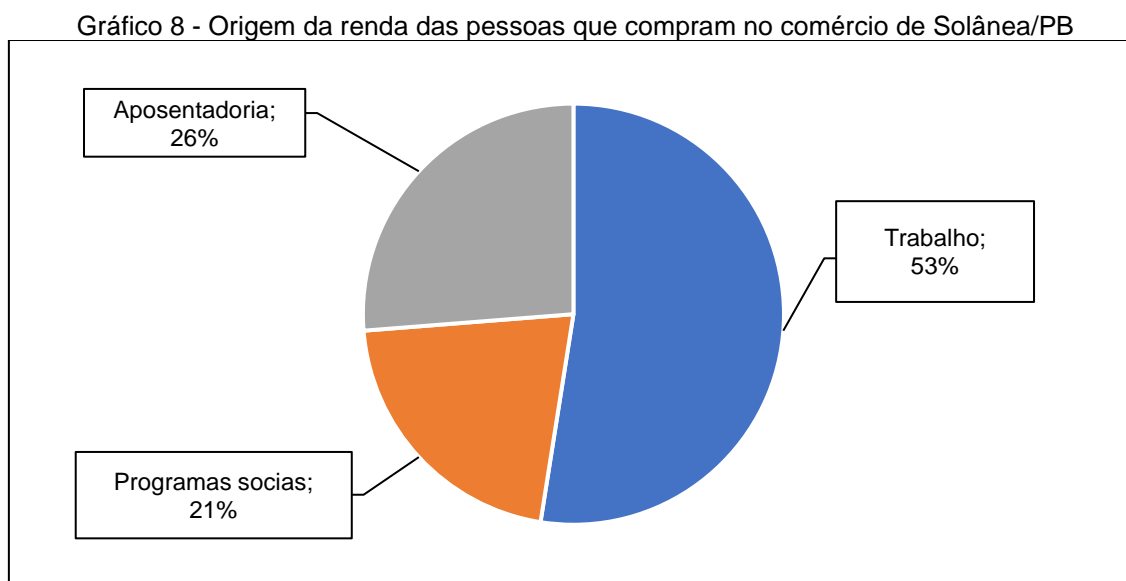


Fonte: Questionário destinado aos consumidores do comércio de Solânea/PB, 2020.

Os dados evidenciam que 50% dos consumidores de Solânea são desta cidade, pois as potencialidades existentes, sobretudo no comércio e nos serviços bancários, mantêm o seu mercado consumidor. Os clientes das demais cidades também têm participação no comércio deste município por não possuírem atividades diversificadas, como ocorre em Bananeiras, com 16%, Borborema, que possui 5%, e Cacimba de Dentro, que equivale a 10%, e, em casos

específicos, apresentam este mesmo motivo e nenhuma agência bancária, a exemplo de Serraria, com 6%, e de Arara, que corresponde a 13%.

A presença de instituições financeiras em Solânea é uma variável importante no comércio desta cidade, pois estamos falando de aposentados, trabalhadores (liberais/públicos/privados) e de beneficiários dos programas sociais, que necessitam de dinheiro para realizarem suas compras e de mais opções de produtos para consumirem (gráfico 8).



Fonte: Questionário destinado aos consumidores do comércio de Solânea/PB, 2020.

Observa-se que boa parte dos consumidores desta cidade é composta pela população ativa, ou seja, pelos profissionais liberais, servidores públicos e privados, que equivalem a 53%. Posteriormente a isso, têm os idosos com 26%, que compõem um importante grupo de consumo e, por fim, as pessoas que participam dos programas sociais, que correspondem a 21%.

A frequência de consumo desses diferentes grupos em Solânea varia dentro do mês, sendo alta entre os dias 26 e 05, por conta da folha de pagamento dos servidores públicos, privados, idosos, dos beneficiários do Bolsa Família e de outros programas de assistência social, média entre 6 e 15, por ainda se manter sobre a influência do final e início do mês, e baixa, quando se estabiliza todo esse fluxo. Ao longo do ano essa dinâmica também varia, sendo mais intenso em alguns meses e mais suavizados em outros, devido as datas comemorativas, os períodos de férias, as promoções e os anúncios,

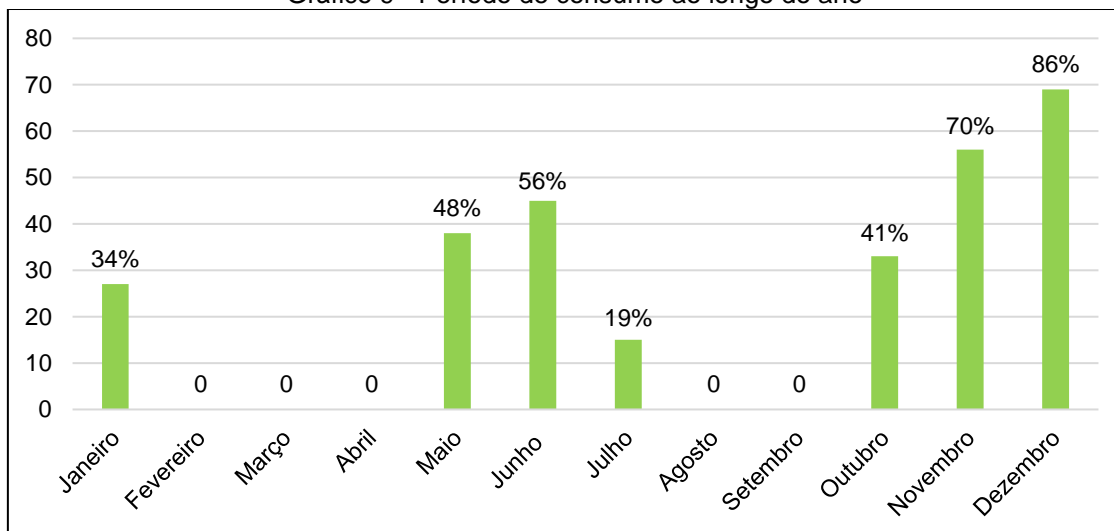
influenciando decisivamente para a expansão do consumo (quadro 4 e gráfico 9).

Quadro 4 - Fluxo de consumo no comércio de Solânea no período de um mês

Período do mês	Causas	Intensidade
26 a 05	Pagamentos dos servidores públicos, privados, aposentados e programas de assistência social.	Alta
06 a 15	Continuação da influência do primeiro período, porém com menor intensidade.	Média
16 a 25	Estabilização da influência do primeiro período.	Baixa

Fonte: Questionário destinado aos consumidores do comércio de Solânea/PB, 2020.

Gráfico 9 - Período de consumo ao longo do ano



Fonte: Questionário destinado aos consumidores do comércio de Solânea/PB, 2020.

Diante do gráfico 9, percebe-se que o mês de janeiro apresenta um consumo de 34%, devido às férias de alguns seguimentos sociais (seja da cidade, da região ou de outros estados) e em decorrência das festividades de fim de ano, que embora tenha transcorrido, ainda impacta no comércio local.

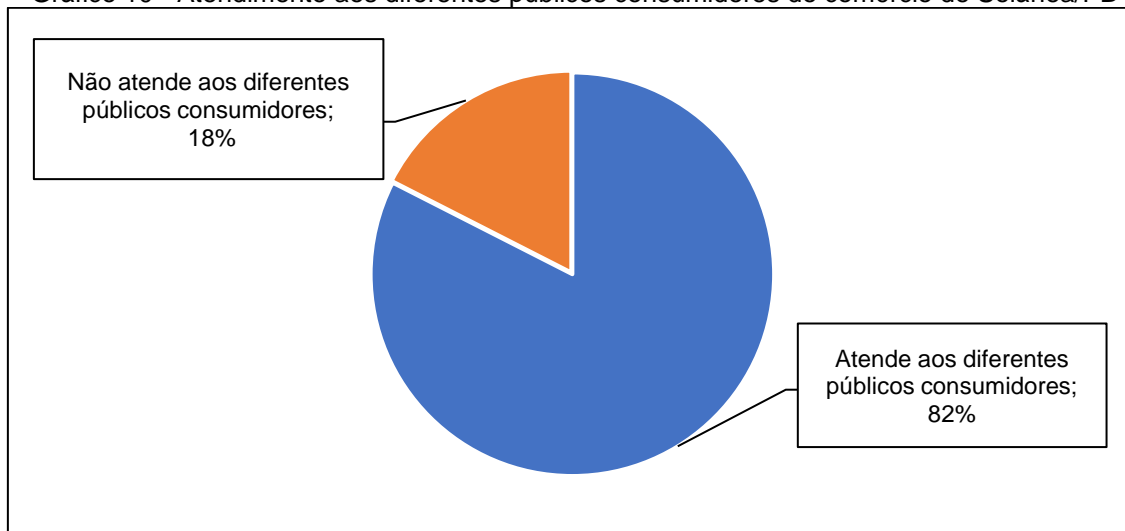
Nos meses de maio, que corresponde a 48%, de junho, que equivale a 56% e de julho, com percentual de 19%, o consumo na cidade de Solânea está condicionado às comemorações do Dia das Mães, quando o capitalismo associado às lojas da cidade criam promoções de modo a incentivar o consumo de produtos para as mães, como se existisse somente esse dia, as festividades juninas, quando temos várias atrações regionais e consumo de roupas e, a Rota Cultural Caminhos do Frio, que acontece posteriormente a isso.

Por fim nos meses de outubro, que equivalem a 41%, de novembro, com 70% e dezembro, compondo 86%, temos uma ascensão no consumo novamente em decorrência de novas festividades, comemorações e estratégias de consumo adotadas pelo capitalismo, como o Dia das Crianças, momento que é criado uma simbologia de que a criança só é feliz se tiver um presente, o evento da Black Friday, instigando as pessoas por meio de diferentes promoções, as festividades natalinas, período em que existe a cultura de enfeitar as árvores de natal e se confraternizar em família, e de virada de ano. A respeito disso, quando questionamos um dos consumidores acerca do maior período de consumo em um ano e os reais motivos, o mesmo destaca que entre

os meses do ano, eu gosto mais de novembro e dezembro... são os melhores momentos para comprar, pois tem algumas promoções bem legais... se a gente souber pesquisar direitinho, dá para comprar muita coisa e ainda economiza no dinheiro... (CONSUMIDOR 2, 2020, informação escrita).

Cerca de 82% das pessoas, que responderam ao questionário, consideram que o comércio de Solânea atende aos diferentes públicos consumidores (aposentados, profissionais liberais, servidores e beneficiários dos programas sociais), ao contrário dos 18%. A rejeição por parte de uma minoria de clientes se dá em decorrência das mínimas vantagens que são oferecidas ao grupo, como os beneficiários dos programas sociais que, por terem pouca renda, não possuem as mesmas oportunidades de crédito/pagamento se comparado aos trabalhadores, principalmente, os públicos e privados (gráfico 10).

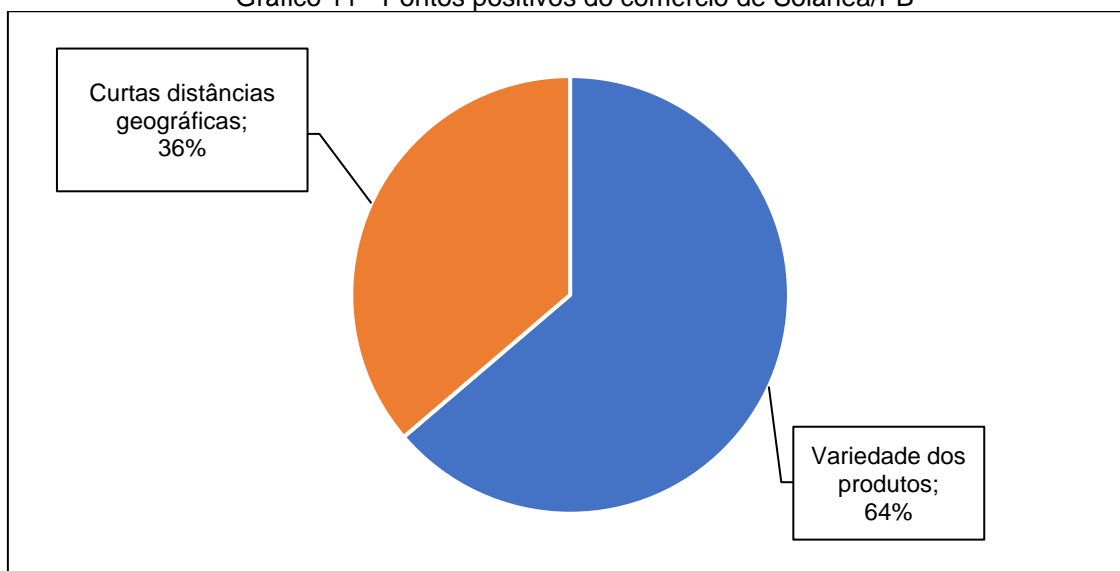
Gráfico 10 - Atendimento aos diferentes públicos consumidores do comércio de Solânea/PB



Fonte: Questionário destinado aos consumidores do comércio de Solânea/PB, 2020.

Os diferentes públicos consumidores levam em consideração alguns pontos positivos na hora de adquirirem seus produtos no comércio de Solânea, como as curtas distâncias geográficas entre este município e as demais cidades da sua região, que equivalem a 36%, e a diversidade de produtos, com 64%. Ambas as variáveis são importantes para esta cidade e os seus clientes, pois evitam que os mesmos percorram longas distâncias para atenderem suas necessidades básicas enquanto consumidores, exceto nos casos excepcionais em que precisam ir a Campina Grande, um dos grandes centros comerciais da região, e valorizam a economia local, estimulando o consumo de mercadorias, o fluxo de capitais, a abertura de novas lojas e oportunidades de trabalho (gráfico 11).

Gráfico 11 - Pontos positivos do comércio de Solânea/PB

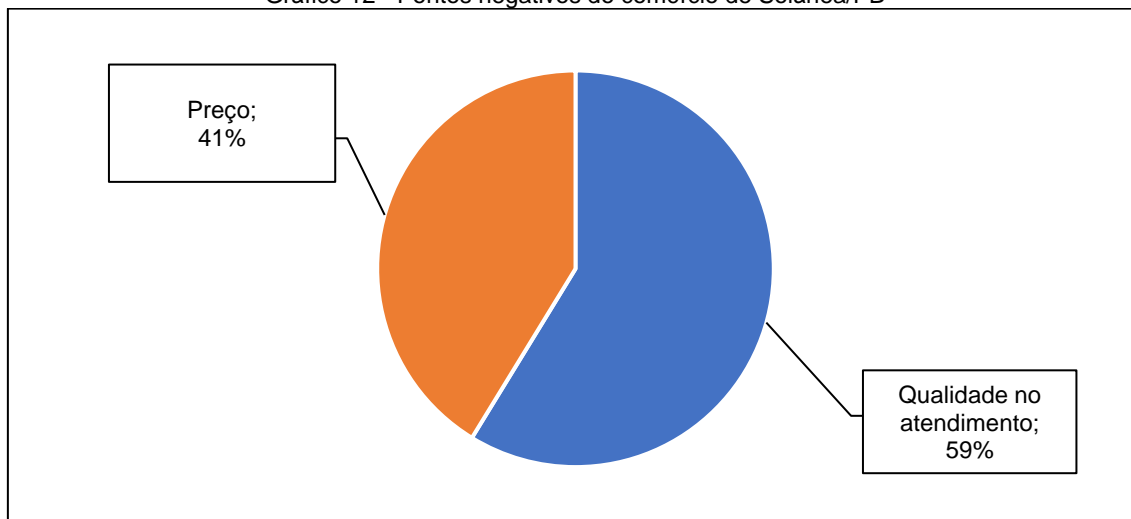


Fonte: Questionário destinado aos consumidores do comércio de Solânea/PB, 2020.

No que se refere aos pontos negativos do comércio, cerca de 41% dos consumidores afirmaram que o preço dos produtos de Solânea é mais elevado que em suas cidades de origem, o que já era esperado desse município devido ao seu potencial na região, ao contrário dos 59%, que criticaram a qualidade no atendimento, como a demora no despacho de mercadorias e à forma que o cliente é tratado com alguma cortesia. Embora a qualidade no atendimento seja considerada fútil para algumas pessoas, essa é um diferencial na hora de comprar um produto, pois o consumidor não só avalia os preços, as opções de pagamento, a diversidade e a qualidade das mercadorias mas, também, a forma como o mesmo é tratado como um todo (gráfico 12).



Gráfico 12 - Pontos negativos do comércio de Solânea/PB

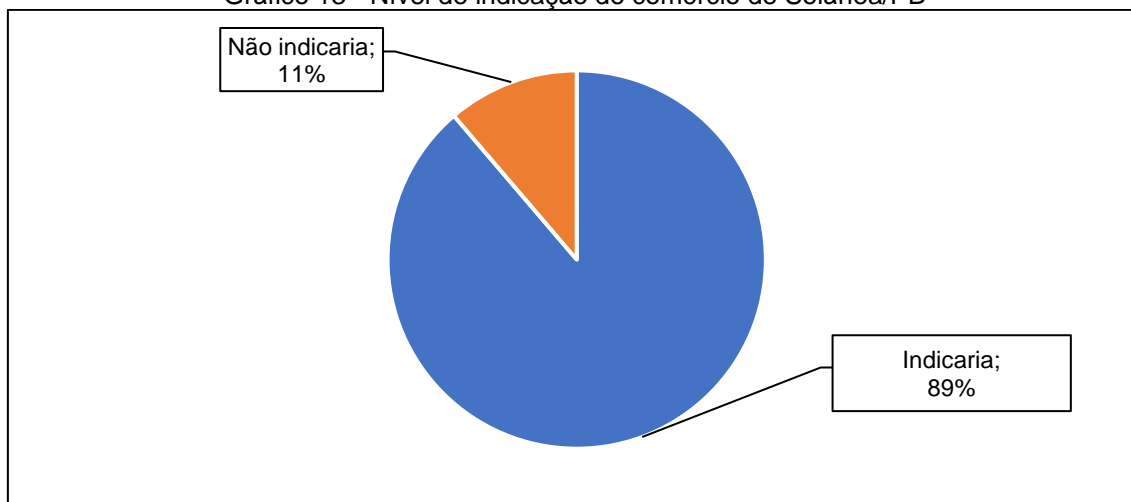


Fonte: Questionário destinado aos consumidores do comércio de Solânea/PB, 2020.

Embora a qualidade no atendimento desagrade um grande número de consumidores, 89% destes indicariam o comércio de Solânea para outras pessoas, inclusive familiares, levando em consideração a superioridade dos demais fatores: diversidade de produtos, preço e distância. Diferentemente dos 11%, que não indicariam por conta da forma como são tratados nos estabelecimentos comerciais (gráfico 13). Ao analisarmos os questionários preenchidos pelos consumidores acerca da possibilidade ou não dos mesmos indicarem o comércio de Solânea para alguém, um deles destacou que

indicaria sem nenhum problema... porque eu já compro e vejo como é o desenvolvimento de lá... pode ver que em Solânea, você tem de tudo: a feira, que sempre acontece na quarta e no sábado, e as outras lojas da cidade, que ficam abertas no meio da semana e no final (CONSUMIDOR 3, 2020, informação escrita).

Gráfico 13 - Nível de indicação do comércio de Solânea/PB



Fonte: Questionário destinado aos consumidores do comércio de Solânea/PB, 2020.

A questão do atendimento é muito importante para o comércio local, pois é a partir dele que o consumidor constrói suas primeiras impressões sobre o vendedor, o produto e a própria loja que este representa. A forma como as pessoas são tratadas, seja no sentido mercadológico ou no sentido humanístico, faz toda a diferença na hora de consumir algo, uma vez que os mesmos desenvolvem laços afetivos com o lugar, com as pessoas e os produtos que têm dentro dele, permitindo a estes voltarem e, até mesmo, indicarem o referido espaço de consumo para outro alguém. Não é só o preço e a qualidade de um produto que nos cativa a retornar aos espaços que já visitamos mas, também, a forma como lidamos com as pessoas, as sensações e os significados que o lugar nos promove.

## 5 CONSIDERAÇÕES GERAIS

Embora Solânea se adeque a classificação de cidade pequena, tanto na concepção do IBGE quanto nas produções acadêmicas, a mesma tem se destacado em relação aos municípios circunvizinhos que também fazem parte desse universo em decorrência da sua localização geográfica, dos serviços, dos investimentos em infraestrutura por parte do poder público municipal e estadual, dos equipamentos urbanos, como as agências bancárias e as casas lotéricas e do seu comércio, potencialidades que atribuem a este município o título de região geoadministrativa do estado desde 2013.

O comércio dessa cidade é diversificado, sendo composto por um mercado público que é referência na região e por diversas lojas que integram o setor varejista, atendendo aos consumidores solanenses e de outras localidades que enxergam o comércio desse município como um grande mercado para atenderem as suas necessidades básicas enquanto consumidores e seres humanos.

A rua Celso Cirne, que é um dos núcleos da cidade no que se refere ao setor varejista e que foi escolhida para a realização desta investigação científica, possui diversos estabelecimentos comerciais que se enquadram tanto no circuito superior da economia quanto inferior. A boa localização geográfica dessa rua, somado ao grande fluxo de pessoas e às melhores condições de infraestrutura têm possibilitado a permanência de lojas nesse espaço e, em alguns casos, a atração de grandes unidades comerciais de nível nacional/regional, como as Óticas Diniz, as Americanas, o Armazém Paraíba e a Magazine Luiza.

O circuito inferior da economia urbana, que é mais numeroso e está presente nesta rua, possui pouco capital, mão de obra reduzida, com no máximo três membros da própria cidade e, em alguns casos, integrantes da unidade familiar, produtos simples e poucos diversificados, utiliza mais as redes sociais para divulgar às suas mercadorias, tem influência local e poucos recursos tecnológicos.

Ao contrário do circuito superior que possui 15 funcionários, composto por integrantes da Solânea e das localidades adjacentes, sem nenhuma relação familiar, produtos mais complexos e diversificados, utiliza o marketing como ferramenta principal para conquistar seus clientes por meio dos diferentes meios

de divulgação, como a TV, rádio, internet, aplicativos, entre outros, tem influência local, regional e nacional e detém de muitos aparatos tecnológicos em virtude das suas grandes reservas de capital.

Ambos os circuitos atendem aos mais diversos públicos, entre eles, os trabalhadores que possuem uma renda e são os principais consumidores de Solânea por estarem em atividade, seguido pela população idosa que, embora não trabalhe, possui uma renda fixa, ocupando o segundo lugar entre os grupos de consumo e, as pessoas que participam dos programas de assistência social que, aos poucos, vem ganhando expressividade no comércio desse município.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. N.; SILVA, J. C. G. L.; ANGELO, H. Importância dos setores primário, secundário e terciário para o desenvolvimento sustentável. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 9, p. 146-162, 2013.

ASSIS, Lenilton Francisco de. As redes de comércio e de serviço entre a cidade média de Sobral e algumas cidades pequenas da Região Norte do Ceará. In: X Encontro de Geógrafos da América Latina, 2005, São Paulo. **Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina**. São Paulo: Departamento de Geografia/USP, 2005. p. 1270-1291.

Bandidos explodem agência do Banco do Brasil em Serraria. **Jornal da Paraíba (Online)**, 08 de ago. de 2014. Disponível em: <<https://www.jornaldaparaiba.com.br/policial/bandidos-explodem-agencia-do-bb-em-serraria.html>>. Acesso em: 30 nov. 2020.

BRASIL. **Referenciais curriculares nacionais para a educação profissional de nível técnico**. Brasília: MEC. SETEC, 2000b.

BRASIL, C. C. P. et al. Considerações introdutórias: reflexões sobre a pesquisa qualitativa na saúde. In: SILVA, R. M.; BEZERRA, I. C.; BRASIL, C. C. P.; MOURA, E. R. F. (Org.) **Estudos qualitativos: enfoques teóricos e técnicas de coleta de informações**. Sobral: Edições UVA, 2018. v. 1. p. 21-26.

BRITO, L. O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países do subdesenvolvidos. **bvru**, Goiânia, v.3, n.1, p.165-169, jan./jul, 2017.

CARLOS, A. F. A. **A cidade**. 9 ed. São Paulo: Contexto, 2018.

CPRM (Serviço Geológico do Brasil). **Projeto cadastro de fontes de abastecimento por água subterrânea**. Diagnóstico do município de Solânea, estado da Paraíba/ Organizado [por] João de Castro Mascarenhas, Breno Augusto Beltrão, Luiz Carlos de Souza Junior, Franklin de Moraes, Vanildo Almeida Mendes, Jorge Luiz Fortunato de Miranda. Recife: CPRM/PRODEEM, 2005.

CPRM (Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais); BRASIL, Serviço Geológico do Brasil. **Solânea - SB.25-Y-A-IV, escala 1:100.000**: nota explicativa/Ignez de Pinho Guimarães, Sheila Maria Bretas Bittar, José Maurício Rangel da Silva, Francis Miller J. Virtuoso da Silva, Daniel Brito de Araújo, Sharliane Dornelle D'Almeida Arruda, Vanja Coelho Alcantara - Paraíba: UFPE /CPRM, 2007.

COSTA, J. A. C.; RODRIGUES, L. C. A expansão do setor terciário nas pequenas cidades do Rio Grande do Norte. **I Congresso de Geografia e Atualidade**. UNESP: Rio Claro - SP, 2015.

CORRÊA, R. L. As pequenas cidades na confluência do urbano e do rural. **GEOUSP Espaço e Tempo (Online)**, [S. l.], v. 15, n. 3, p. 5-12, 2011.

COUTINHO, R. **Ricardo inaugura binário de Solânea**. Governo da Paraíba, 2017. Disponível em: <https://der.pb.gov.br/noticias/ricardo-inaugura-binario-e-autoriza-licitacao-para-reforma-de-escola-de-solanea>. Acesso em: 25 nov. 2020.

DAMANI, A. L. **População e geografia**. 10 ed. São Paulo: Contexto, 2017.

DEL-VECHIO, R. et al. O sexo do consumo: a lucratividade está com elas. Um estudo sobre as diferenças comportamentais entre homens e mulheres na hora de consumir. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), 30., 2007, Santos. **Anais...Santos**: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007.

DINIZ, L. S. **As Bodegas da Cidade de Campina Grande: objetos de permanência e transformação do pequeno comércio do bairro do José Pinheiro**. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2004.

Entrevista concedida por VEREADOR 1. **Entrevista I**. [11. 2020]. Entrevistador: Marcos Antônio dos Santos Alves. Solânea, 2020. Arquivo mp3 (30 min.).

Entrevista concedida por VEREADOR 2. **Entrevista II**. [11. 2020]. Entrevistador: Marcos Antônio dos Santos Alves. Solânea, 2020. Arquivo mp3 (30 min.).

Entrevista concedida por COMERCIANTE 1. **Entrevista I**. [11. 2020]. Entrevistador: Marcos Antônio dos Santos Alves. Solânea, 2020. Arquivo mp3 (30 min.).

Entrevista concedida por COMERCIANTE 2. **Entrevista II**. [11. 2020]. Entrevistador: Marcos Antônio dos Santos Alves. Solânea, 2020. Arquivo mp3 (30 min.).

Entrevista concedida por SECRETÁRIO 1. **Entrevista I**. [11. 2020]. Entrevistador: Marcos Antônio dos Santos Alves. Solânea, 2020. Arquivo mp3 (30 min.).

Entrevista concedida por CHEFE DO PODER EXECUTIVO MUNICIPAL. **Entrevista I**. [11. 2020]. Entrevistador: Marcos Antônio dos Santos Alves. Solânea, 2020. Arquivo mp3 (30 min.).

FAUSTO, B. **História do Brasil**. 14 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

FARIAS, R. S. **A centralidade de Mamanguape (PB) e sua relação com as cidades do litoral norte paraibano**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Paraíba: João Pessoa, 2013.

FRANÇA, I. S. **A cidade média e suas centralidades: o exemplo de Montes Claros no norte de Minas Gerais**. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, Uberlândia, 2007.

FREITAS, N. B.. Urbanização e modernização industrial das cidades médias da Bahia: um olhar sobre Feira de Santana. In: LOPES, D. M. F.; HENRIQUE, W. (Org.). **Cidades médias e pequenas: teorias, conceitos e estudos de caso**. Salvador: SEI, 2010. p. 125-141.

FRESCA, T. M. Em defesa dos estudos das pequenas cidades no ensino de geografia. **Geografia (Londrina)**, Londrina, v. 10, n.1, p. 27-34, 2001.

FOCANDO A NOTÍCIA. **Mercado Público de Solânea está sendo monitorado por câmeras de segurança**. 2019. Disponível em: <https://www.focandoanoticia.com.br/mercado-publico-de-solanea-esta-sendo-monitorado-por-cameras-de-seguranca/>. Acesso em: 22 nov. 2020.

GOMES, P. C. C.; **Geografia e modernidade**. 12 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2016.

GOMES, R. Pequenas cidades e dinâmicas de inserções no processo de globalização: uma leitura a partir da realidade brasileira. **Revista de Geografia e Ordenamento do Território**, nº 2 (dezembro). Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território, 2012, p. 117-138.

HAESBAERT, R. Território e multiterritorialidade: um debate. In: **GEOgrafia**. nº 17, Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007. p. 19-46.

IDEME (Instituto de Desenvolvimento Municipal e Estadual); IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Nota técnica do PIB dos municípios da Paraíba**. Governo do Estado da Paraíba: Secretaria de Estado do Planejamento e Gestão, 2013. Disponível em: <[http://ideme.pb.gov.br/servicos/pib/nota-tecnica\\_pib-dos-municipios-da-paraiba-2013.pdf](http://ideme.pb.gov.br/servicos/pib/nota-tecnica_pib-dos-municipios-da-paraiba-2013.pdf)>. Acesso em: 16 nov. 2020.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Atlas do Censo Demográfico 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2013, p. 160.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Histórico da cidade Solânea**. Rio de Janeiro, IBGE, 2020. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/paraiba/solanea.pdf>>. Acesso em: 05 nov. 2020.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Produto Interno Bruto de Solânea/PB por setores**. Rio de Janeiro, IBGE, 2017. Acesso em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/solanea/pesquisa/38/46996>>. Acesso em: 12 dez. 2020.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Pesquisa nacional por amostra de domicílios**. Rio de Janeiro, IBGE, 2012.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Resultados do Censo de 2010**. Sinopse do Censo demográfico de 2010 no Estado da Paraíba. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Censos/Censo\_Demografico\_2010/resultados/tabelas\_pdf/total\_populacao\_paraiba.pdf+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso em: 24 out. 2020.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Dados gerais da cidade de Solânea-PB**. Rio de Janeiro, IBGE, 2019. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/solanea/panorama>. Acesso em 14 nov. 2020.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Regiões de Influência das Cidades – 2018**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101728.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2020.

MAIA, D. S. Cidades médias e pequenas do Nordeste: conferência de abertura. In: LOPES, D. M. F.; HENRIQUE, Wendel (Org.). **Cidades médias e pequenas: teorias, conceitos e estudos de caso**. Salvador: SEI, 2010. p. 125-14.

MONTENEGRO, M. R. **O circuito inferior da economia urbana na cidade de São Paulo no período da globalização**. Dissertação de Mestrado - Universidade de São Paulo, Departamento de Geografia, 2006.

NASCIMENTO, J. R. F.; MARQUES, A. C. S.; SANTOS, R. F. P. Uma análise sobre os circuitos da economia urbana em Guarabira/PB. In: XVIII Encontro Nacional de Geógrafos. A construção do Brasil: Geografia, ação política e democracia, 2016, São Luís. **Anais Eletrônicos**. São Luís/MA, 2016. p. 1-11.

NASCIMENTO, T. F.; COSTA, B. P. Fenomenologia e Geografia: teorias e reflexões. **Geografia, Ensino & Pesquisa**, v. 20, p. 43-50, 2016.

OLIVEIRA, P. S. **Introdução à Sociologia**. São Paulo: Atlas, 2005.

ORTIGOZA, S.A.G. As formas do comércio e a generalização da mercadoria. In: ORTIGOZA, S.A.G. **Paisagens do consumo**. São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 20-33.

PARAÍBA, Governo da. **Decreto nº 115, de 21 de janeiro de 2013. Institui a Região geoadministrativa de Solânea e dá outras providências**. Diário Oficial [do estado da Paraíba], João Pessoa/PB, nº 15.143, 22 jan. 2013. Seção I, p. 1.

PARAÍBA, Atlas Escolar da. **Espaço Geo-Histórico e Cultural**. 3. ed. João Pessoa: GRAFSET, 2002.

PINTAUDI, S. M. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. **Scripta Nova**. v. X, n. 218, p. 81-100, 2006.



PINTO JÚNIOR, E. C. A EEEFM Dr. **Alfredo Pessoa de Lima no contexto histórico-cultural do município de Solânea – PB**. Monografia (Especialização em Fundamentos da Educação: práticas pedagógicas interdisciplinares) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde, 2014.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2 ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013.

RCCF (Rota Cultural Caminhos do Frio). **O que esperar em Solânea?**. Brejo Paraibano, 2019. Disponível em: <<https://brejoparaibano.com.br/cidades/solanea/>>. Acesso em: 09 nov. 2020.

Resposta concedida por CONSUMIDOR 1. **Questionário I**. [11. 2020]. Aplicador: Marcos Antônio dos Santos Alves. Solânea, 2020.

Resposta concedida por CONSUMIDOR 2. **Questionário II**. [11. 2020]. Aplicador: Marcos Antônio dos Santos Alves. Solânea, 2020.

Resposta concedida por CONSUMIDOR 3. **Questionário III**. [11. 2020]. Aplicador: Marcos Antônio dos Santos Alves. Solânea, 2020.

ROLNIK, R. **O que é cidade**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

ROMA, C. M. Circuito inferior da economia urbana e cidades locais-híbridas. **Mercator**, Fortaleza, v. 15, n. 2, abr./ju., p. 23-36, 2016.

SALGUEIRO, T. B.; CACHINHO, H. As relações cidade-comércio: dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. In: CARRERAS, C.; PACHECO, S. M. M. (Org.) **Cidade e comércio: a rua comercial na perspectiva internacional**. Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 2009. p.9-39.

SANTOS, J. J. M. **Um estudo sobre o aumento do êxodo rural nas últimas décadas no município de Solânea-PB**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia), Guarabira: UEPB, 2012.

SANTOS, M. **Economia espacial: críticas e alternativas**. Tradução Maria Irene Q. F. S. 2 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2014, p. 125-136.

SANTOS, M. **A urbanização brasileira**. 5 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

SANTOS, M. **O espaço dividido**. Trad Myrna T. Rego Viana – 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008. 433p.

SANTOS, M.; SILVEIRA, L. S. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. 17 ed. Rio de Janeiro: Record, 2013.

SILVA, R. A. **Evolução recente do terciário (serviços) no Brasil**. Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Economia, Campinas: São Paulo, 2009.

SILVEIRA, M. L. **Finanças, consumo e circuitos da economia urbana na cidade de São Paulo**. Cad. CRH [online]. 2009, vol.22, n.55, pp.65-76.

SILVEIRA, L. J. **O centro da cidade e o comércio: um estudo da importância das atividades terciárias na configuração espacial urbana de Uberaba - MG**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2015.

SIGNOR, D.; MARIN, S. R. Desenvolvimento socioeconômico e os setores de atividade econômica: uma análise do Rio Grande do Sul no período de 2000 a 2008. **Economia Ensaio**, v. 26, p. 07-20, 2011.

SUCUPIRA et al. **Caderno temático migração: o Brasil em movimento**. São Paulo: Repórter Brasil, 2012. p. 19.

TAVARES, M. A. A. Elementos teóricos para compreensão dos dois circuitos da economia urbana no Rio Grande do Norte – Nordeste. **GeoTextos**, vol. 10, n. 1, jul., p. 83-104, 2014.

VASCONCELOS, P. A. As metamorfoses do conceito de cidade. **Mercator (Fortaleza. Online)**, v. 14, 2015. p. 17-23.

VIEIRA, A. B.; NUNES, M.; GUIMARÃES, R. B. Desigualdade e exclusão em cidades médias brasileiras. In: MELAZZO, E. S.; GUIMARÃES, R. B. (Org.). **Exclusão social em cidades brasileiras: um desafio para as políticas públicas**. São Paulo: Ed. UNESP, 2010, p. 59-71.

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel, FAPESP: Lincoln Institute, 2001.

**APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DESTINADO AOS CONSUMIDORES E AS  
CONSUMIDORAS DO COMÉRCIO SOLANENSE**



**PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA – PRPGP  
COORDENAÇÃO GERAL DOS CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO  
CENTRO DE HUMANIDADES – CAMPUS III – GUARABIRA/PB  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**

**TRABALHO DE CAMPO PARA A MONOGRAFIA FINAL DE CURSO**

**A GEOGRAFIA DO COMÉRCIO EM PEQUENAS CIDADES: considerações  
sobre a rua Celso Cirne em Solânea/PB**

**ORIENTADOR: Professor Luiz Arthur Pereira Saraiva**

**PESQUISADOR: Marcos Antônio dos Santos Alves**

**QUESTIONÁRIO DESTINADO AOS CONSUMIDORES E ÀS  
CONSUMIDORAS DO COMÉRCIO SOLANENSE, COM O OBJETIVO DE  
IDENTIFICAR E CARACTERIZAR O PERFIL DO PÚBLICO**

1. De onde você é e qual sua idade?  
\_\_\_\_\_
2. De onde é obtida a renda da sua residência?  
\_\_\_\_\_
3. A sua renda fornece condições para comprar o que deseja ou precisa? Por  
quê?  
\_\_\_\_\_
4. Qual o diferencial do comércio de Solânea em relação às cidades  
circunvizinhas?  
\_\_\_\_\_
5. Em que período do ano (em meses), você consome mais mercadorias nesta  
cidade e por quê?  
\_\_\_\_\_
6. O que você pensa sobre o comércio de Solânea como um todo?  
\_\_\_\_\_
7. Qual a importância do consumo e dos consumidores na cidade de Solânea?  
\_\_\_\_\_
8. Para você, qual é a função do comércio na cidade de Solânea?  
\_\_\_\_\_
9. Quais são os pontos positivos e negativos de comprar/consumir produtos no  
comércio de Solânea?  
\_\_\_\_\_
10. Caso seja de outra cidade, na sua opinião, os preços de Solânea são  
melhores do que na sua cidade de origem? Você pode citar exemplos?  
\_\_\_\_\_

---

11. Algumas pessoas da sua família/vizinhança compram no comércio de Solânea? Por quê?

---

12. Na sua opinião, o comércio da cidade atende aos diferentes públicos consumidores? Por quê?

---

13. Você indicaria o comércio de Solânea para pessoas de outras cidades? Por quê?

---

14. Na sua opinião, o que poderia melhorar no comércio de Solânea?

---

**APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA DESTINADO AOS  
REPRESENTANTES DO PODER PÚBLICO**



**PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA – PRPGP  
COORDENAÇÃO GERAL DOS CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO  
CENTRO DE HUMANIDADES – CAMPUS III – GUARABIRA/PB  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**

**TRABALHO DE CAMPO PARA A MONOGRAFIA FINAL DE CURSO**

**A GEOGRAFIA DO COMÉRCIO EM PEQUENAS CIDADES: considerações  
sobre a rua Celso Cirne em Solânea/PB**

**ORIENTADOR: Professor Luiz Arthur Pereira Saraiva**

**PESQUISADOR: Marcos Antônio dos Santos Alves**

**ROTEIRO DE ENTREVISTA AOS REPRESENTANTES DO PODER  
PÚBLICO MUNICIPAL DA CIDADE DE SOLÂNEA/PB, COM O OBJETIVO  
DE CONHECER ALGUMAS AÇÕES RELACIONADAS AO COMÉRCIO**

1. O que faz esta cidade ser um das quinze regiões geoadministrativas do estado?  
\_\_\_\_\_
2. Quais são os tipos de impostos arrecadados dos estabelecimentos comerciais da cidade?  
\_\_\_\_\_
3. A arrecadação dos impostos obtidos no comércio da cidade é revertida de que forma para os comerciantes e para a população?  
\_\_\_\_\_
4. Qual é a importância do comércio de Solânea para esta cidade e demais municípios adjacentes?  
\_\_\_\_\_
5. O que a atual gestão tem feito para incentivar a expansão do comércio nesta cidade?  
\_\_\_\_\_
6. Por que incentivar a expansão do comércio na cidade?  
\_\_\_\_\_
7. O incentivo da expansão do comércio na cidade tem algum público privilegiado? Por que?  
\_\_\_\_\_
8. Qual é a função do comércio de Solânea?  
\_\_\_\_\_
9. O poder público municipal faz algum acompanhamento da dinâmica do comércio na cidade?  
Se sim, qual o acompanhamento e como é feito?  
Se não, por qual motivo?

- 
10. Se afirmativo, qual é a importância de acompanhar a dinâmica comercial de Solânea?
- 
11. Qual o diferencial do comércio de Solânea em relação às cidades circunvizinhas?
- 
12. Na sua opinião, o que impede os demais municípios da região geoadministrativa de Solânea de alcançar o mesmo ritmo do comércio desta cidade?
- 
13. Quais são pontos positivos e negativos do comércio nesta cidade?
- 
14. Existe algum(a) projeto/parceria entre o poder público municipal e as instituições de ensino para a realização de cursos técnicos às pessoas que pretendem trabalhar no setor comercial? Se afirmativo, quais e com quais propósitos?
- 
15. Na sua opinião, qual é o perfil das pessoas que trabalham no comércio e o que as levam a escolher esse seguimento no município?
- 
16. Há algum projeto que incentive a distribuição das atividades comerciais da rua Celso Cirne para outros pontos de Solânea? Se afirmativo, qual?
- 
17. O comércio de Solânea tem gerado muitas oportunidades de emprego para as pessoas desta e de outras cidades? Se afirmativo, como?
- 
18. Do seu ponto de vista, o comércio de Solânea atende às necessidades básicas dos consumidores desta cidade e de municípios adjacentes? Se afirmativo, comente a respeito.
- 
19. Qual a importância do consumo e dos consumidores na cidade de Solânea?
-

**APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA DESTINADO AOS  
PROPRIETÁRIOS E PROPRIETÁRIOS DE ESTABELECIMENTOS  
COMERCIAIS**



**PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA – PRPGP  
COORDENAÇÃO GERAL DOS CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO  
CENTRO DE HUMANIDADES – CAMPUS III – GUARABIRA/PB  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**

**TRABALHO DE CAMPO PARA A MONOGRAFIA FINAL DE CURSO**

**A GEOGRAFIA DO COMÉRCIO EM PEQUENAS CIDADES: considerações  
sobre a rua Celso Cirne em Solânea/PB**

**ORIENTADOR: Professor Luiz Arthur Pereira Saraiva**

**PESQUISADOR: Marcos Antônio dos Santos Alves**

**ROTEIRO DE ENTREVISTA DESTINADO AOS PROPRIETÁRIOS E  
PROPRIETÁRIAS DE ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS DE  
SOLÂNEA/PB, COM O OBJETIVO DE IDENTIFICAR E CARACTERIZAR O  
PERFIL COMERCIAL DA CIDADE**

1. O que motivou a abertura do estabelecimento comercial nesta cidade e, em particular, na rua Celso Cirne?  
\_\_\_\_\_
2. Qual é a origem do capital empregado na instalação do estabelecimento?  
\_\_\_\_\_
3. Em que ano esta unidade comercial foi instalada?  
\_\_\_\_\_
4. Quais são os dias da semana e horários em que o estabelecimento funciona?  
\_\_\_\_\_
5. Qual é o período de maior venda (no mês do ano)? Você sabe por quê?  
\_\_\_\_\_
6. Quais estratégias são utilizadas por esta unidade comercial para incentivar o consumo de mercadorias?  
\_\_\_\_\_
7. Quais são as formas de pagamento adotadas por este estabelecimento comercial?  
\_\_\_\_\_
8. As pessoas que trabalham nesta loja são da cidade de Solânea? Por quê?  
\_\_\_\_\_
9. Além de você, existem familiares que trabalham neste estabelecimento? Por quê?  
\_\_\_\_\_
10. Quantos funcionários existem nesta unidade?  
\_\_\_\_\_

- 
11. Qual é o seu tempo de estudo e de seus funcionários?
- 
12. De que forma o seu estabelecimento incentiva a qualificação dos seus funcionários?
- 
13. Como você avalia o consumo de produtos desta unidade?
- 
14. O estabelecimento comercial recebe algum subsídio por parte do poder público municipal?
- Se sim, qual?  
Se não, por quê?
- 
15. Qual é sua opinião sobre o comércio de Solânea?
- 
16. Qual a importância do consumo e dos consumidores na cidade de Solânea?
- 
17. Quais os pontos positivos e negativos do comércio de Solânea?
- 
18. Qual a importância do comércio no cotidiano da cidade de Solânea?
-